

GLOBALE MEDIER

LOKALE UNGE



Ph.D. afhandling

Gitte Bang Stald

Afdeling for Film- & Medievidenskab
Institut for Medier, erkendelse, formidling
Københavns Universitet
Indleveret 24. april 2009

De kærligste hilsner til Eva, Bjarke, Nina, Martin og Ulrich

TAK!



Og tak, tak, tak til mine kolleger og venner – især Klaus Bruhn Jensen, som har været parat igen og igen med den bedste og mest konstruktive kritik og uden hvem jeg ville have afleveret dobbelt så mange sider.

INDHOLD	Side
Resume dansk	7
Resume engelsk	8
Fortegnelse over figurer	9
Bilagsfortegnelse	11
1. INDLEDNING	13
<i>Beskrivelse af afhandlingens problemområde og fokus</i>	13
<i>Afhandlingens formål</i>	17
<i>Afhandlingens præmisser og forskningsspørgsmål</i>	18
<i>Undersøgelsens analyseobjekter</i>	18
<i>Undersøgelsestidspunkt, historisk kontekst</i>	19
<i>Afhandlingens data-materiale</i>	20
<i>Disponering</i>	21
2. GLOBALISERING, LOKALISERING, MEDIER, UNGE	23
2.1. Global / globalisering / lokal	23
<i>Globalisering</i>	24
<i>Westernisering</i>	31
<i>Lokalitet</i>	32
<i>Refleksivitet</i>	34
2.2. Globale medier, lokale markeder	35
<i>Globale medier</i>	37
<i>Lokale markeder</i>	42
2.3. Unge og ungdom	44
<i>Ungdom som begreb</i>	44
<i>Ungdom som praksis</i>	49
<i>Ungdomsperspektivet</i>	60
<i>Unge og identitet</i>	61
<i>Unge og fællesskaber</i>	70
2.4. Unge og medier	74
<i>Kompleksitet, valgmuligheder og intensitet</i>	75
<i>Homogenitet og diversitet</i>	78

<i>Hastig omsætning</i>	79
<i>Digitale medier</i>	80
<i>Kommercielle mediekkanaler og medieprodukter</i>	82
<i>Forandring</i>	83
<i>Empowerment</i>	83
<i>Bekymringstradition</i>	87
3. METODOLOGI OG ANVENDTE METODER	89
3.1. Metodologiske overvejelser	89
<i>Forskningsprocessen</i>	89
<i>Forholdet mellem teoretiske udgangspunkter, metodologiske overvejelser og metodevalg</i>	91
<i>Brug af multiple metoder</i>	93
3.2. Metodepalet	97
3.3. Undersøgelles- og analysemetoder	98
<i>Empirisk basis for analysen</i>	98
<i>Undersøgellesmetoder: kvalitative interviews - potentialer og problemer</i>	99
<i>Undersøgellesmetoder: tegninger – potentialer og problemer</i>	104
<i>Undersøgellesmetoder: medietekster – potentialer og problemer</i> ...	106
<i>Undersøgellesmetoder: kvantitative data – potentialer og problemer</i>	107
<i>Undersøgellesmetoder: observation – potentialer og problemer</i>	108
<i>Analysemetoder: analyse af interviews</i>	109
<i>Analysemetoder: Analyse af tegninger</i>	110
<i>Analysemetoder: analyse af spørgeskemaundersøgelse</i>	110
3.4. Ethiske hensyn i afhandlingen	112
4. MEDIEPRÆFERENCER	116
4.1. Informationscirkulation og medievalg	116
<i>Informationscirkulation i forhold til medier og mediepræferencer</i>	116
<i>Omsætningshastighed</i>	120
<i>Bevidsthed om mediemarkeder</i>	122
<i>Undersøgellesdeltagernes økonomiske overvejelser</i>	123

4.2. Adgang og præferencer	124
<i>Adgang til medier</i>	127
<i>Indholdspræferencer</i>	130
<i>Opsamling</i>	137
5. GLOBALT UDSYN OG LOKALT INDBLIK	138
<i>Definition af analyseemner</i>	141
5.1. Fakta – viden om	145
<i>Forholdet mellem fakta og fiktion</i>	146
<i>Valg af medieplatforme og formater – strategisk eller tilfældigt?</i>	149
<i>Valg af platforme og indhold – ritualer eller tilfældigheder?</i>	152
<i>Informationsoverload eller viden, der gør verden mindre?.....</i>	153
<i>Fakta og det lokale, det nationale og det globale</i>	157
<i>Verden set gennem mediernes forskellige optikker</i>	159
5.2. Fiktion	162
<i>Fiktion: film</i>	164
<i>Fiktion: tv-serier</i>	182
<i>Fiktion: Computerspil</i>	207
5.3. I musikkens verden	217
<i>Musikken som kulturform</i>	221
<i>Musik som oplevelse</i>	230
<i>Musikken som ledsager</i>	231
<i>Fra pop til rap</i>	232
<i>Opsamling</i>	240
5.4. Medieret, personlig kommunikation	241
<i>Telefonen – redskab for mikrokoordinering og social interaktion ...</i>	246
<i>Internetbaseret kommunikation</i>	251
<i>Opsamling</i>	258
6 ERFARINGER OG HOLDNINGER – SPØRGSMÅL OM LOKAL IDENTITET OG 'DET FREMMEDE'	259

<i>Hvor har de det fra?</i>	261
6.1. National identitet og globalt udblik	264
<i>DK er bedst og trygt</i>	266
<i>Ude er godt, hjemme er bedst</i>	270
<i>Den globale landsby eller lille land i en stor verden?</i>	279
<i>Forestillinger om 'de andre' i verden</i>	280
<i>Betydningen af sprog</i>	282
<i>Dansker og verdensborger?</i>	290
6.2. National identitet og lokal forankring	293
<i>EU, Danmark og national identitet</i>	298
<i>Forestillinger om 'de andre' i Danmark</i>	302
<i>Betydningen af sprog</i>	307
6.5. Medierne, fremtiden og tillid til udviklingen	309
 7. KONKLUSION	 313
 LITTERATUR	 329
 BILAG 1-15 Vedlagt på CD-rom	

Dansk resume

Afhandlingen *Globale medier, lokale unges* har som hovedformål at belyse unge danskeres forestillinger om det globale henholdsvis det lokale, med særligt henblik på mediernes rolle i udviklingen af relationen mellem global orientering og lokal forankring.

Afhandlingen tager udgangspunkt i to indbyrdes forbundne teser: For det første at medier som teknologiske muligheder og som erfaringsformidlere har afgørende betydning for unges orientering lokalt og globalt i deres fysiske og virtuelle omgivelser. For det andet at opfattelsen af forholdet mellem globalitet og lokalitet og af forholdet mellem fremmedhed og danskhed har betydning for udviklingen af kollektiv og individuel identitet.

Afhandlingens analyser baseres på en teoretisk ramme, hvor medier, kulturel globalisering og lokalisering, identitet, ungdom, fællesskaber, kommercielle markeder og adaptation af medier diskuteres, samt på en empirisk undersøgelse af 12 til 16årige danskeres mediebrug, erfaringer og holdninger i relation til globalitet og lokalitet.

Den teoretiske ramme er en bricolage, der baseres på blandt andre Giddens (1990, 1991), Held (2002), Robertson (1992, 2001), Appadurai (1996), Beck (1986), Jensen (2002) og Hjarvard (2002), samt på teoretikere, der beskæftiger sig med unge og ungdom, identitet, samt fællesskaber, for eksempel Livingstone, Drotner (1999, 2002), Eriksen (1968), Ziehe (1989), Qvortrup (1995), Bjurström (1997), Jensen (2000), Meyrowitz (1995). I analysede-lene suppleres dette teoriapparat med teorier om specifikke områder, som betydningen af sprog, kommunikation, online fællesskaber, computerspil med mere.

Den empiriske undersøgelse er baseret på en spørgeskemaundersøgelse omkring brugergruppens mediebrug og på kvalitative gruppeinterviews med 64 unge fordelt efter køn, alder og lokalitet i Danmark (Blågård / København, Lyngby, Kolding, Tinglev). Valget af aldersgruppe skyldes, at der i disse år i unges liv finder kvalitative skift sted i forhold til individuel udvikling, erfaringsgrundlag og selvbevidsthed i forhold til andre og omverdenen.

Projektets metodologiske udgangspunkt i en hermeneutisk forskningstradition diskuteres endvidere, efterfulgt af en beskrivelse af projektets forskningsproces, en diskussion af de metoder, der anvendes i afhandlingens undersøgelse og analyse, samt de etiske principper, der indgår i grundlaget for undersøgelsen.

Afhandlingens væsentligste konklusioner er, at målgruppens mediebrug er domineret af mangfoldighed, digitale medier, globale produkter og hurtig omsætning. Film, tv-serier og musik giver indtryk fra verden, mens de digitale kommunikationsmedier især bruges til at vedligeholde lokale relationer. Medierne befordrer oplevelsen af verden som spændende, men farlig, Danmark som tryk, men begrænset, og de fleste pendler mellem fascination og bekymring i deres forhold til global henholdsvis lokal orientering. Der er ikke markante forskelle i mediebrug og – betydning mellem de fire lokaliteter, bortset fra større interesse for danske og lokale medier samt dialekt som identitetsmarkør i Sønderjylland. Der spores divergenser i forhold til alder og køn omkring globale forhold. Visse holdninger går igen i undersøgelsen: sproget er vigtigste markør af dansk kultur; danskproducerede medier er gode, hvis de fastholder det typiske danske (humor, genkendelige scenarier); medierne har stor indflydelse på de billeder af verden, de danner sig og dermed på, hvilke holdninger, de har til 'det fremmede' og til egen kulturel identitet.

English abstract

The overall aim of the study *Global Media, Local Youth* is to examine young Danes' perceptions of the global and the local, with an explicit focus on the role of media in development of the relation between global outlook and local rooting.

The dissertation starts from two interrelated theses: first, that media as technological potentials and as mediators of experience have conclusive impact on the global and local orientation of the young people in their physical and virtual environments. Second, that the perception of the relation between globality and locality and of relations between 'otherness' and Danishness influences the generation of collective and individual identity.

The dissertation's analysis is based on a theoretical framework, in which media, cultural globalisation and localisation, identity, youth, communities, commercial media markets and adaptation of media are discussed, and an empirical study of 12 to 16 year old Danes' media uses, experiences and attitudes towards globality and locality.

The theoretical framework is a bricolage, based on among others Giddens (1990, 1991), Held (2002), Robertson (1992, 2001), Appadurai (1996), Beck (1986), Jensen (2002) and Hjarvard (2002), and on theories by scholars, who have discussed youth, and identity, communities such as Livingstone (1998, 2001, 2002) Drotner (1999, 2002), Eriksen (1968), Ziehe (1989), Qvortrup (1995), Bjurström (1997), Jensen (2000), Meyrowitz (1995). This theoretical apparatus is supplied in the analytical parts with theories on specific topics, e.g. meaning of language, communication, online communities, computer games.

The empirical study is based on findings from a small questionnaire on the agegroup's media-uses and – preferences and on qualitative group interviews with 64 adolescents equally divided by age, gender and locality in Denmark (Blågård / København, Lyngby, Kolding, Tinglev). The argument for choosing this specific age group is that qualitative changes take place in this period of life regarding development as an individual, basic experience and self consciousness in relation to others and one self.

The project's methodological point of departure in a hermeneutic research tradition is discussed, followed by a description of the research process, a discussion of the adapted methods, and the ethical principles, that are basic for the project.

The main conclusions in the dissertation are that the informants' media use is predominated by multiplicity, digital media, global products and fast exchange. Movies, television series and music provide impressions from around the globe, while digital communication media are used primarily for maintaining local relationships. Media support the perception of the world as exciting but dangerous, Denmark as safe but limited, and most informants commute between fascination and concern in their attitudes towards global and local orientation. No distinctive diversities in media uses and -meaning are found between the four localities, apart from a larger interest in Danish and local media and dialect as marker of identity in Southern Denmark. Diversities between age groups and gender regarding interest in global matters are noticed. Certain attitudes are repeated among the participants: language is the most important marker of Danish culture; Danish media are fine if they maintain the typical Danish (humour, recognizable settings); media have great impact on the images of the world, which you create, hence, which attitudes you have towards 'otherness' and own cultural identity.

FORTEGNELSE OVER FIGURER

- Figur 1, s. 14: Tegning. Lasse, medier integreret i hverdagslivet (plus fodbold)
- Figur 2, s. 17: Figur. Afhandlingens temaer
- Figur 3, s. 51: Tegning. Jeppe, 'Clawfinger' – glad skater
- Figur 4, s. 54: Tegning. Jesper, skatermiljø og trendbevidsthed (X-files og South Park rule!)
- Figur 5, s. 57: Tegning. Andreas, nøjagtig gengivelse af værelse, med 'Skriget', Babuschka, musik og BT
- Figur 6, s. 67: Tegning. Julian, skater på rulleskøjter med Wu-Tang/Bloodhound Gang på væggen (+ højttalere)
- Figur 7, s. 72: Tegning. Sarah, midt i nettet – telefonnet og familienetværk
- Figur 8, s. 77: Tegning. Paolo, 'Medier around the clock'
- Figur 9, s. 86: Tegning. Peter, spiller guitar – måske War Pigs af Black Sabbath (med South Park på trøjen)
- Figur 10, s. 90: Figur. Forskningsprocessen, oversigt
- Figur 11, s. 98: Figur. Metodepalet
- Figur 12, s.102: Figur. Nyttige greb ved kvalitative interviews med unge informanter
- Figur 13, s.105: Tegning. Johs: fordybet tv-sening. Autentisk værelse, stærke farver
- Figur 14, s.111: Tegning. Kirstine, hele familien ser tv sammen
- Figur 15, s.113: Figur. Gode råd i forbindelse med etiske overvejelser ved interviews
- Figur 16, s.128: Figur. Adgang til medier i hjemmet og på værelset
- Figur 17, s.129 : Figur. Mediepræferencer, alle medier nævnt fordelt på køn
- Figur 18, s.130: Figur. Mediepræferencer, alle medier nævnt fordelt på alder
- Figur 19, s.131: Tegning. Torsten uden sig selv i billedet, men værelse med medier og Hollywood i centrum
- Figur 20, s.132: Figur. Præferencer (total i %) fordelt efter oprindelsesland.
- Figur 21, s.133: Figur. Præferencer (total i %) fordelt på medie/genre efter oprindelsesland
- Figur 22, s.139: Figur. Forholdet mellem afhandlingens temaer, teoretiske begreber og empiriske data.
- Figur 23, s.147: Tegning. Joachim: Forskellig brug af forskellige medier (+læsning af Gåsehudsbog)
- Figur 24, s.149: Tegning. Karina, Kedelige versus sjove medier
- Figur 25, s.151: Tegning. Alex: Foretrukne medier + avisen som drypsamler
- Figur 26, s.154: Tegning. Susie, Viagra på skærmen (+ far med avisen: 'Kan vi ikke gøre det lidt bedre?')
- Figur 27, s.156: Tegning. Kristoffer, 'Mit værelse', hvor debatten om Euroen trænger sig på – for og imod
- Figur 28, s.190: Tegning. Jesper A, X-files-fjernsyn med fodbad og varme drikke (og sommer udenfor)
- Figur 29, s.201: Tegning. Ulli, på langs foran tv med Kasper og Mandril-aftalen (+stor latter)
- Figur 30, s.203: Tegning. Sandra, foretrukne medier og sofahjørne med palme
- Figur 31, s.216: Tegning. Daniel, computerspil - både virtual reality og heftigt engagement med et

- skydespil
- Figur 32, s.229: Tegning. Rosa, karaoke til Michael Jacksons pris
- Figur 33, s.247: Tegning. Signe, mobilsnak og lavalampe
- Figur 34, s.250: Tegning. Jason, Mobilix på Nørrebrogade
- Figur 35, s.257: Tegning. Michelle: 'Søger net'
- Figur 36, s.272: Tegning. Sune, Fodbold i tv italiensk – set på langs (plus kat, distanceret computer)
- Figur 37, s.285: Tegning. Elise og Christina, 'My Room' – med Beverly Hills 90210 på tv, bog i hånden og et glad smil, og 'My World' mageligt på sengen med tv og musik
- Figur 38, s.297: Tegning. Kicki, der læser lokalavisen og hører musik og ser TV2
- Figur 39, s.301: Tegning. Asger, 'Hvordan man bliver påvirket af medierne' (f.eks. for og imod 'ERU'en)
- Figur 40, s.304: Figur: CURs undersøgelse: unge danskeres livsholdninger
- Figur 41, s.305: Tegning. Mounir, travl hverdag (+nyheder i centrum)
- Figur 42, s.313: Tegning. Asbjørn, som en ø i det store rum, lukket inde i en glasklokke, forbundet via kabler/net
- Figur 43, s.328: Tegning. Jacob, nogle gange kan verden passe sig selv

BILAGSFORTEGNELSE:

Se bilag vedlagt på CD-rom.

- Bilag 1: Tegninger fra interviewundersøgelse, oversigt over tema med mere
1.a. Kategorisering, piger 12-13 år
1.b. Kategorisering, drenge 12-13 år
1.c. Kategorisering, piger 15-16 år
1.d. Kategorisering, drenge 15-16 år
1.e. Kategorisering, alle
- Bilag 2: Design/interviewundersøgelse, metoder
Undersøgelsen, *Globale medier, lokale unge*.
- Bilag 3: Spørgeskema, som uddelt i 8 skoleklasser
- Bilag 4: Interviewguide, *Globale medier, lokale unge*.
- Bilag 5: Spørgeskema. Adgang til medier
5.a. Adgang fordelt på køn, alder og lokalitet
5.b. Adgang fordelt på køn og alder
5.c. Adgang fordelt på alder
5.d. Adgang fordelt på køn
- Bilag 6: Spørgeskema. Tre foretrukne medier
6.a. Samlet oversigt
6.b. Medier nævnt først af 3 i forhold til variable: køn, alder og lokalitet
6.c. Alle nævnte medier i forhold til variable: køn, alder og lokalitet
6.d. Fordeling af alle nævnte medier i forhold til variable: køn, alder og lokalitet
6.e. Fordeling af alle nævnte medier i forhold til variable: køn og alder
6.f. Diagram baseret på %, alle medier nævnt fordelt på køn
6.g. Diagram baseret på %, alle medier nævnt fordelt på alder
6.h. Diagram baseret på %, alle medier nævnt fordelt på køn og alder
6.i. Fordeling af alle medier nævnt i forhold til variable: lokalitet og køn
6.j. Diagram baseret på %, alle medier nævnt fordelt på lokalitet
6.k. Diagram baseret på %, alle medier nævnt fordelt på lokalitet og køn, drenge
6.l. Diagram baseret på %, alle medier nævnt fordelt på lokalitet og køn, piger
- Bilag 7: Spørgeskema. Præferencer. Film, efter titel
- Bilag 8: Spørgeskema. Præferencer. TV-serier, efter titel
- Bilag 9: Spørgeskema. Præferencer. Musik, efter titel eller kunstner/gruppe
- Bilag 10: Spørgeskema. Præferencer. Computerspil, efter titel
- Bilag 11: Spørgeskema. Præferencer. Website, efter titel

- Bilag 12: Spørgeskema. Præferencer. Chatrum efter titel
- Bilag 13: Spørgeskema. Præferencer i alle kategorier efter oprindelsesland
- Bilag 14: Spørgeskema. Diagram over præferencer efter oprindelsesland
- 14.a. Præferencer (total i %) fordelt efter oprindelsesland
 - 14.b. Præferencer (total i %) fordelt på medie/genre efter oprindelsesland
 - 14.c. Præferencer (♂ 12-13 år i %) fordelt på medie/genre efter oprindelsesland
 - 14.d. Præferencer (♀ 12-13 år i %) fordelt på medie/genre efter oprindelsesland
 - 14.e. Præferencer (♂ 15-16 år i %) fordelt på medie/genre efter oprindelsesland
 - 14.f. Præferencer (♀ 15-16 år i %) fordelt på medie/genre efter oprindelsesland
 - 14.g. Præferencer (Blågård total i %) fordelt på alle medier efter oprindelsesland
 - 14.h. Præferencer (Lyngby total i %) fordelt på alle medier efter oprindelsesland
 - 14.i. Præferencer (Kolding total i %) fordelt på alle medier efter oprindelsesland
 - 14.j. Præferencer (Tinglev total i %) fordelt på alle medier efter oprindelsesland
 - 14.k. Præferencer (Blågård total i %) fordelt på medie/genre efter oprindelsesland
 - 14.l. Præferencer (Lyngby total i %) fordelt på medie/genre efter oprindelsesland
 - 14.m. Præferencer (Kolding total i %) fordelt på medie/genre efter oprindelsesland
 - 14.n. Præferencer (Tinglev total i %) fordelt på medie/genre efter oprindelsesland
 - 14.o. Præferencer (%), lokal andel af alle medier/USA
 - 14.p. Præferencer (%), lokal andel af alle medier/DK
 - 14.q. Præferencer (%), lokal andel af alle medier/UK
 - 14.r. Præferencer (%), lokal andel af alle medier/øvrige Europa
- Bilag 15: Spørgeskema. Samlet oversigt over adgang og præferencer
- 15.a. Samlet oversigt over præferencer / drenge 12-13 år
 - 15.b. Samlet oversigt over præferencer / piger 12-13 år
 - 15.c. Samlet oversigt over præferencer / drenge 15-16 år
 - 15.d. Samlet oversigt over præferencer / piger 15-16 år

1 INDLEDNING

Afhandlingen *Globale medier, lokale unge* har som hovedformål at belyse forestillinger om det globale henholdsvis det lokale hos unge danskere, med særligt henblik på mediernes rolle i udviklingen af relationen mellem lokal forankring og global orientering.

Teoretisk er afhandlingen *Globale medier, lokale unge* baseret på en redegørelse for relevante teorier og begreber om medier, kulturel globalisering og lokalisering, identitet, ungdom og fællesskaber. Empirisk er afhandlingen baseret på en omfattende empirisk undersøgelse af 12-16årige danskeres mediebrug i lyset af kulturel globalisering og lokalisering med særligt fokus på elektroniske og digitale medier.

Beskrivelse af afhandlingens problemområde og fokus

Afhandlingen tager udgangspunkt i to teser: unge danskere er alsidige mediebrugere, der i høj grad orienterer sig mod omverdenen, hinanden og sig selv via medierne, og unge danskere orienterer sig i høj grad mod globale medieformer og medietekster, mens de samtidig fastholder en lokal forankring (Livingstone og Bovill 2001; Lemish 1998 et al; Stald 2002 og 2000b). Ifølge blandt andre Livingstone og Bovill (2001) og Drotner (2001) er mediebrugens globale orientering generelt rettet mod angloamerikansk produktion i forhold til den underholdningsdominerede anvendelse, og i særdeleshed når det gælder børn og unge. Dette bekræftes af den empiriske undersøgelse, der ligger til grund for afhandlingens analysedele. Undersøgelsen peger desuden på, at børns og unges mediebrug samtidig er præget af et bredere globalt udblik i form af de erfaringer fra hele verden, der formidles via alle de medier, der indgår i unges daglige mediebrug, dog i særlig grad visuelle medier og Internettet. Medierne bidrager imidlertid også både gennem deres indhold og gennem deres funktion i kulturelle og sociale relationer til en lokal orientering og til etableringen af et lokalt tilhørsforhold.

Medialiseringen af en væsentlig del af erfaringsdannelsen bevirker, at medierne i stadig stigende grad har betydning i dannelsen af individuel og kollektiv identitet, socialt, kulturelt og psykologisk (Thompson 1990 og 1995; Fornäs 1995; Drotner 1999; Hjarvard 2003). Mediesystemet er en væsentlig faktor i udviklingen af refleksivitet og selv-refleksivitet som to af grundstenene i identitetsdannelsen hos især unge, der i det moderne samfund skal forholde sig til egen identitet og rolle i samfundet samt til de krav, der stilles af det omgivende samfund på såvel mikro- som makroniveau.

Generelt set integrerer unge i Danmark diverse medieformer og vælger mellem et stort antal kanaler og tekster i deres dagligdag (se figur 1). Mediernes formidling af indtryk og erfaringer fra verden og omverden samt mediernes kommunikative funktion i etablering af personlige relationer placerer medierne centralt i de unges livsverden og i deres sociale,



Figur 1. Lasse 9. klasse. Lasses tegning er én blandt mange, der illustrerer integrationen af medier, her især elektroniske, i unges hverdagsliv. Tegningen kan også læses som Lasses let satiriske illustration af sin dagligdag med medier. De er alle vigtige i hans univers. Mobiltelefonen i overstørrelse har dog fået en iøjefaldende placering og signalerer forbindelse via lydbølgerne fra antennen. Bemærk uret på væggen, som kan symbolisere forbindelsen mellem mediebrug og administration af tid. Den tredobbelte afbildning af kunstneren i tegningen illustrerer aktivitetsniveauet i hans tilværelse, men også mediernes ligestillede betydning i hans liv, hvor brugen af det enkelte medie er målrettet bestemte funktioner og oplevelser. Han kommenterer formentlig både undersøgelsens formål men også sin egen orientering i verden ved at lade fjernsynet være indstillet på CNN. Fodbolden og den ensomme fodboldstøvle ved siden af tv'et symboliserer ikke-medierede aktiviteter – at tegneren har et liv uden for værelset og uden medier. Den åbne dør er dels indgangen til Lasses verden, dels åbningen til verden udenfor.

Omkring tegninger og øvrigt datamateriale, som er fremkommet fra projektets empiriske undersøgelse samt om tegningernes status i afhandlingen se afsnittet "Afhandlingens datamateriale" herunder s.20. Se desuden afhandlingens kapitel 3, "Metodologi og anvendte metoder."

kulturelle og æstetiske praksis (Drotner 1999; Livingstone og Bovill 2001). Unge bruger i høj grad medierne som afsæt for etablering og realisering af diverse former for fællesskaber. Det drejer sig om etableringen af sociale fællesskaber i forbindelse med både mediernes selvfølge integration i unges hverdagsliv og i oplevelsessituationen. Det drejer sig også om kulturelle fællesskaber i forhold til de typiske træk ved brug og oplevelse i en større eller mindre gruppe samt fortolkningsmæssige fællesskaber i forhold til betydningsdannelse (Buckingham 1993 og 2000; Kinder 1999; Livingstone og Bovill 2001; Sefton-Green 1998). Hertil kommer særlige hybridformer i virtuel form i de fællesskaber, der opstår i cyberspace, og som indgår på lige fod med andre fællesskaber i det samlede netværk af interpersonelle relationer på forskellige niveauer (f.eks. Baym 2000; Gotved 1999; Jones 1998; Stald 2002; Wellman 1999).

Herudover karakteriseres unges mediebrug generelt af flere fælles forhold:

Digitale medier indtager en væsentlig rolle i den samlede mediebrug. Digital teknologi og nye medieformer optages hurtigt i spektret af muligheder og transformeres fra at være spændende nye muligheder til at regnes som selvfølge i ungdomskulturen, såvel socialt og kulturelt som i deres æstetiske praksis (Drotner 1999; Livingstone 1998 og 1999; Stald 2000+2000b; Tapscott 1998).

De digitale medier muliggør stadige skift mellem offline og online situationer og skift mellem konkrete og symbolske temporale og spatiale positioner. I den fysiske verden er lokalitet og globalitet stadig, blandt andet, defineret af forholdet mellem nærhed og afstand. I de virtuelle verdener opløses betydningen af globalitet og lokalitet principielt i kommunikationssituationen og i etableringen af fælles rum på tværs af traditionelle grænser. Alligevel forsvinder oplevelsen af distance henholdsvis nærhed ikke nødvendigvis, eftersom erfaringerne fra såvel offline som online universer bæres med i bevægelsen mellem forskellige oplevelsessituationer (Baym 2000; Curry 2002; Manovich 2001; Slater 2002; Stald 2000 og 2002).

Unge mediebrug er i forhold til præferencer og skift præget af en meget hastig omsætning. Den centrale distribution af informationer foregår stadig mest effektivt via de personlige netværk, der forgrener sig i uendelige relationer, men de digitale medier øger omsætningsraten og gør stadig og lynhurtig opdatering mulig. De digitale medier muliggør via downloads, kopiering og formidling, en individuel selektion og anvendelse, der er ganske ny i et mediasamfund, hvor valg og afsætning traditionelt har været styret af institutioner, det vil sige professionelle producenter.

Endelig koncentrerer unges mediebrug i væsentlig grad om kommercielle medier og medieprodukter såvel i forhold til traditionelle som nye medier. (Kline 1993; Lemish m.fl.1998; Lury 1996; Slater 1997; Stald 1997).

På mange måder kan disse beskrivelser af karakteristika ved unge danskeres mediebrug siges at dække danske mediebrugere generelt. For eksempel har også den voksne del af

befolkningen taget de digitale medier til sig som uundværlige midler og kilder til kommunikation, information og underholdning, og en stor del af voksnes mediebrug udgøres af populære, kommercielle underholdningsprodukter fra især USA og andre engelsktalende lande (Bille m.fl. 2005; Hjarvard 1996, 2001, 2003; Jensen 2003). Det, der især kendetegner unges mediekultur, er imidlertid, at unge befinder sig i en livsfase, hvor de i særlig grad skal indhente viden og erfaringer om verden, sig selv og forholdet til andre, og at medierne har en central betydning i denne proces. Dertil kommer, at unges mediebrug generelt er markant på en række områder sammenlignet med mediebrugen blandt gennemsnittet af voksne danskere. Det drejer sig dels om den hast, hvormed nye medieteknologier og medieudtryk integreres i ungdomskulturerne, om intensiteten i anvendelsen af visse medieformer, om den kreative udforskning af nye muligheder i såvel nye som velkendte medier – og en kontant forkastelse af medier og medieformer, som ikke tjener en umiddelbar brugsinteresse. Kreativiteten omfatter også brugen af medier som led i udviklingen af kulturelle og sociale frirum blandt andet i form af brud på normer, regler og til tider lovgivningsmæssige rammer for mediebrugen. For nogle har disse normbrud en funktion i sig selv som oprør mod både samfundsmæssigt som personligt definerede rammer og begrænsninger. For andre er der i højere grad tale om en ikke bevidst grænseudfordrende, normudfordrende nysgerrighed. Og mellem disse positioner ses diverse variationer over temaerne.

På samme måde, som man kan problematisere det at se på unge som gruppe, kan man spørge, hvorfor det er særligt interessant at se specielt på unge *danskeres* mediebrug. På mange områder er der fælles træk mellem unge danskeres mediebrug og unges mediebrug i andre dele af verden, såvel i forhold til adgang som til præferencer og mediernes betydning i sociale og kulturelle sammenhænge. Mediernes funktion som kilder til information og underholdning og som kanaler for kommunikation er global. Visse kulturfænomener, især med oprindelse i USA og andre engelsktalende kulturer, kan genfindes i ungdomskulturer i store dele af verden (Livingstone 2002; Lull 2000). Dette sker både som følge af de kommercielle interesser, der er i omsætningen på det globale mediemarked, og som følge af den hastige omsætning i mediebrugen, som til dels er baseret i brugernes behov og interesser, og som finder sted på tværs af geografiske, kulturelle og i nogen grad sociale grænser.

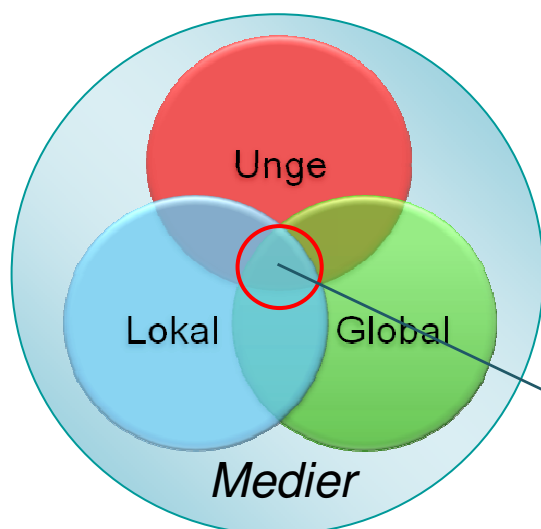
Det er imidlertid væsentligt at se på unges mediebrug i en kontekst afgrænset af det lokale, hvilket i *Globale medier, lokale unge* overfor det globale vil sige det danske/nationale. Mediernes funktioner og indhold omsættes i en lokal kontekst uanset den globale oprindelse og udbredelse, og antager i den lokale kontekst særlige former og betydninger. En række forhold er med til at bestemme lokale ungdomskulturer i forhold til andre: måden vi organiserer en række samfundsmæssige forhold og institutioner (for eksempel uddannelsessystemet) på, adgangen til forskellige medier og medietekster (med hensyn til tilstedeværelse af medier og regulering af mediebrug), det syn, der anlægges på unge og ungdom, forhold

det mellem unge og forældre/unge og voksne (for eksempel graden af gensidig respekt og tillid), unges selvforståelse, unges "frihedsgrad" til at tage beslutninger og handle, normative betragtninger på unges sociale og kulturelle praksisser (Liebes et al 1998; Livingstone og Bovill 2001; Livingstone 1998; Stald 2000b og 2002b).

Afhandlingens formål

Et væsentligt *perspektiv* for *Globale medier, lokale unge* er, at projektet analyserer unge danskeres mediebrug, med et særligt fokus, og samtidig bidrager som en brik til et større billede af globale, kulturelle processer, og hvordan disse på én gang er med til at udvikle og påvirkes af lokale kontekster. Projektets *formål* er at undersøge forholdet mellem lokal forankring og global orientering hos unge danskere med særligt henblik på en analyse af mediernes rolle i dannelsen af forestillinger om det globale henholdsvis det lokale, herunder i forhold til dannelsen af kollektiv og individuel identitet.

Nedenstående figur illustrerer afhandlingens overordnede temaer og deres indbyrdes sammenhæng.



Figur 2. Afhandlingens temaer.

Figuren anskueliggør, hvordan de overordnede temaer er forbundet. De tre temaer og deres indbyrdes relationer analyseres gennem et medieperspektiv, symboliseret ved den blågrønne cirkel, der danner baggrund for temaerne. Illustrationen skal desuden vise, hvorledes behandlingen af temaerne operationaliseres i afhandlingen.

Ambitionen for projektet, og dermed det centrale forskningsfokus, er at kunne sige noget om krydsfeltet i midten, hvor de tre temaer mødes på baggrund af mediernes betydning.

Krydsfeltet mellem afhandlingens overordnede temaer er unge danskeres forestillinger om det globale og det lokale, med særligt henblik på mediernes rolle i udviklingen af relationen mellem lokal forandring og global orientering.

Afhandlingens præmisser og forskningsspørgsmål

På baggrund af de beskrevne generelle træk ved unges mediebrug kan der opstilles to indbyrdes forbundne præmisser for projektet:

- Medier som teknologiske muligheder, som erfarings-formidlere og som kilder til oplevelse og refleksion har stor betydning for den undersøgte gruppes orientering lokalt og globalt.
- Opfattelsen af forholdet mellem globalitet og lokalitet samt af forholdet mellem fremmedhed og danskhed har betydning for udviklingen af kollektiv og individuel identitet.

Afhandlingens forskningsspørgsmål kan herefter præciseres til følgende:

Hvordan kommer mediernes betydning i et lokalt og globalt perspektiv til udtryk i unge danskeres mediebrug og mediepræferencer og i deres erfaringer med og holdninger til lokal og global forankring og orientering?

Forskningsspørgsmålet skal besvares gennem en undersøgelse af, hvad er med til at forme unge danskeres mediebrug i et lokalt og globalt perspektiv, og af betydningen af unge danskeres mediebrug for, hvordan de orienterer sig i verden, og for deres opfattelse af sig selv, andre og deres omverden i forhold til lokale og globale kontekster. Jeg vil generere disse indsigter dels gennem en beskrivelse og syntese af, *hvad vi allerede ved* fra tidligere forskning om afhandlingens hovedtemaer - globalisering, lokalisering, unge og medier - dels gennem *en empirisk undersøgelse* af en udvalgt gruppe unges erfaringer og holdninger i forhold til disse temaer.

Projektets analyseobjekter

Projektets empiriske fokus ligger på gruppen af unge mellem 12 og 16 år, opdelt i grupperne 12-13årige og 15-16årige. Disse to aldersgrupper, der hører til de yngste af ungdomsgruppen, er valgt, fordi de befinder sig i en periode i deres liv, hvor de er godt i gang med frigørelsesprocessen fra barndommens rammer og selvforståelse, og hvor der finder kvalitative skift sted i forhold til individuel udvikling, erfaringsgrundlag og selvbevidsthed i forhold til andre og omverdenen, som kan spores i sociale og kulturelle praksisser og fænomener.

Fælles for den undersøgte gruppe er, at unges mediebrug påvirkes af progressionen i social, individuel og til dels økonomisk frihed, således at mediekulturerne i højere grad end for yngre grupper kan udvikles og udfoldes uden for forældres og andre autoriteters direkte indflydelse. For de 12-13årige er en række af disse forandringer typisk netop begyndt, mens de 15 til 16årige er godt i gang med en frigørelsesproces, der ikke blot drejer sig om at finde sig selv i forhold til andre og omverdenen, men som også betyder, at der skal tages stilling til fremtiden og de krav, der stilles individuelt og kollektivt til engagement, forpligtelse og stillingtagen.

Ofte understreges det i studier af børn og unges mediekulturer, at det er noget ganske særligt at beskæftige sig med denne befolkningsgruppe (for eksempel Buckingham 1993; Drotner 1999; Hake 1999; Hodge and Tripp 1986). Det påpeges, at et børne- henholdsvis ungdomsperspektiv divergerer fra et voksenperspektiv i forhold til unges erfaring, refleksionsniveau, kognitionsniveau og sproglige formuleringsevne. Følgelig forudsættes anvendelse af særlige greb og iagttagelse af en række forbehold, når børn og unge interviewes og ikke mindst, når det empiriske materiale analyseres. Det antages, kort sagt, at være en særlig udfordring at foretage empiriske undersøgelser på børne- og ungdomsområdet. Jeg mener, at enhver gruppe, der undersøges, har sine egne udfordringer i forhold til de nævnte problemstillinger. De overvejelser omkring undersøgelser af børn og unge, som er væsentlige i relation til afhandlingen, er behandlet i kapitel 3. Metodologi og anvendte metoder.

Undersøgelsestidspunkt, historisk kontekst

Afhandlingens empiriske undersøgelse er foretaget i foråret 2000. To vigtige pointer skal fremhæves omkring dette tidspunkt for afhandlingens undersøgelse og den historiske kontekst, den indgår i:

For det første er de unge, hvis mediebrug i år 2000 undersøges i afhandlingens empiriske undersøgelse, de første, som er vokset op med hele det mediespektrum, som vi har i dag, det vil sige såvel med alle de traditionelle medier og med digitale medier som selvfølgelig muligheder. År 2000 har generelt haft *symbolsk* betydning som markering af et skift mellem to årtusinder, to epoker, i vores tidsregning. Historisk set markerer år 2000 imidlertid også et *praktisk og erfaringsmæssigt* skift i forhold til unges mediebrug, idet det er i denne periode en lang række digitale medier når den kritiske masse og bliver opfattet som selvfølgelig og dermed integreres i sociale og kulturelle praksisser. Desuden viser sammenligninger mellem tidligere undersøgelser (for eksempel Drotner 1999; Livingstone og Bovill 2001; Stald 1998 og 2000) og afhandlingens resultater, at det også er i denne periode, at de fleste unge både har deres egne medier, det vil sige på deres værelse og på sig, og har deres personlige medier i form af internet, chatsider og mobiltelefoner.

For det andet skal unge danskeres mediebrug, selvom ungdomsperspektivet på mange måder divergerer fra et voksenperspektiv, også forstås i forhold til mediernes overordnede vilkår og betydninger på henholdsvis samfunds- og individuelt niveau. En række forhold og forklaringsrammer er måske nok specifikke for unge, men disse skal også ses i relation til generelle forhold og forklaringsrammer for mennesker i en global sammenhæng henholdsvis danskere lokalt set.

Afhandlingens empiriske undersøgelse fandt altså sted i foråret 2000, i en periode, der globalt var præget af relativ ro på det politiske område. Rundt om i verden blev befolkninger

plaget af naturkatastrofer, krige og konflikter som sædvanlig¹, og i Europa henholdsvis Danmark var opmærksomheden især samlet om begivenhederne i det tidligere Jugoslavien og omkring den kommende afstemning om fælles europæisk mønt. De typiske træk ved den undersøgte gruppe unges mediebrug samt de erfaringer og holdninger, der repræsenteres i undersøgelsen og som i væsentlig grad har genereret afhandlingens analyser og konklusioner, er altså formet over tid i relativt konstante bevægelser mellem positivt henholdsvis negativt ladede medierede begivenheder og egne oplevelser lokalt og globalt. Resultaterne er dermed ikke specielt påvirket af enkelte begivenheder globalt eller lokalt.

En undersøgelse af oplevelsen af forholdet mellem det lokale og det globale og mediernes betydning i erfarings- og holdningsdannelse i denne kontekst, foretaget i tiden efter 11. september 2001, ville sandsynligvis have været påvirket af de unges emotionelle reaktion på begivenhederne. Chok-virkningen er først ved at aftage nu, blandt andet fordi andre begivenheder (krigene i Afghanistan og Irak) og den stadige påmindelse om terror, død og ødelæggelse (for eksempel terrorbombninger i Madrid og London, altså tættere på Danmark) konstant holdes i live, politisk og via medierne.

Afhandlingens datamateriale

Analysen i afhandlingens kapitler 4, 5 og 6 er som nævnt baseret på en empirisk undersøgelse af en udvalgt gruppe unges mediebrug (se bilag 2-4). Undersøgelsen er foretaget i foråret 2000 i fire sjetteklasser og fire niendeklasser, én på hvert klassetrin fordelt på fire lokaliteter. Datamaterialet består af:

- Noter fra observation, oplæg og diskussion i otte skoleklasser med i alt 146 elever
- 16 fokusgruppeinterviews i kønsopdelte grupper á fire, i alt 64 elever
- 64 tegninger af deltagerne og deres mediebrug, lavet under interviewene
- Otte Interviews med klasselærere og med tre skoleledere
- Spørgeskemaundersøgelse om adgang og præferencer. I alt 146 = 81 ♀ / 65 ♂

Anvendelsen af datamaterialet beskrives i kapitel 4-6, men da tegningerne anvendes i afhandlingen med flere hensigter, beskrives dette kort her. Først og fremmest udgør tegningerne en del af det datamateriale, som ligger til grund for analyserne i kapitel 4-6, på linje med interviews og resultater fra spørgeskemaundersøgelse. Således optræder størstedelen af tegningerne i kapitel 5 og 6. I indledning, metodedel og konklusion bruges enkelte tegninger imidlertid som illustration og anskueliggørelse af nogle af de forhold, der beskrives. I kapitel 2, teoridelen, anvendes et antal tegninger til at illustrere og kontekstualisere nogle af de begreber, der tages op i kapitlet. Tre tegninger i teoridelen er fra en tidligere undersøgelse, medens fem tegninger er hentet fra dette projekts undersøgelse. De foregriber dermed nogle af de indsigter, der analyseres frem i analysekapitlerne, men er sat ind i

¹ Eksempler på begivenheder i udlandet, som optog medier og opmærksomhed op til undersøgelsestidspunktet, er Clinton - Monica Lewinsky-affæren, Pinochets anholdelse i London og to elevers nedskydning af elever og lærere på Columbine High i USA.

en generel kontekst – og bidrager i øvrigt til at lette den store tekstmængde.

Disponering

Afhandlingen falder i to hoveddele: En gennemgang af centrale teorier om globalisering, lokalisering, unge og medier, det vil sige, noget om, hvad vi allerede ved, samt analysen baseret på den empiriske undersøgelse (kapitel 5 og 6), det vil sige det, som dette projekt bidrager med. Disse to tilgange bindes sammen af kapitel 3 og 4. Kapitel 3 beskæftiger sig med afhandlingens metodologiske udgangspunkt, altså, hvordan man kan undersøge projektets problemstilling, samt de anvendte metoder. Kapitel 4 gennemgår de væsentligste fund fra undersøgelsens spørgeskema. Resultaterne i kapitel 4 relaterer viden om undersøgelsens udvalgte gruppe til det, vi generelt ved om unge og deres mediebrug, jævnfør kapitel 2, og giver desuden mulighed for at relatere det, undersøgelsens interviewdeltagere siger, til data fra spørgeskemaundersøgelsen omkring deres egne og deres klassekammeraters adgang til medier og mediepræferencer.

Afhandlingens kapitel 2, *Globalisering, lokalisering, medier, unge*, redegør for centrale teorier om kulturel globalisering i forhold udvikling af lokale, nationale og transnationale kulturer, teorier om socialisation, modernitet og kulturel identitet, teorier om mediemarkeder i et globalt og lokalt perspektiv samt teorier om dannelse og betydning af netværk og fællesskaber i forhold til opfattelsen af national identitet. Disse teorier anvendes sammen med teorier om ungdomskultur, modernitet og identitet og teorier om forholdet mellem unges mediebrug og udviklingen af kulturel identitet. I relation til dette diskuteres begreber som forholdet mellem globalisering, kommercialisering og kultur.

Afhandlingens kapitel 3, *Metodologi og anvendte metoder*, gennemgår de metodologiske overvejelser, der har været centrale for valg af metode og design samt en redegørelse for valg af og anvendelse af metoder i projektets empiriske undersøgelse. I diskussionen om metodologi indgår medieteorier og -forskning, der udfolder et holistisk syn på forholdet mellem mediebrug, medietekst, tolkning og anvendelse. De metoder, der tages i anvendelse for at tilgodese denne kompleksitet i projektet, baseres blandt andet på erfaringer fra sociologien og i mindre grad på metoder med et etnografisk tilsnit. En oversigt over den empiriske undersøgelses design er vedlagt som bilag 2.

I afhandlingens kapitel 4, *Mediepræferencer*, skaber et afsnit om informationsdistribution og adaptation af medier og medieindhold afsæt for en karakteristik af de overordnede træk ved den undersøgte gruppes konkrete mediebrug og præferencer indenfor bestemte medier og medieindhold, især med henblik på medieindholdets eller – programmernes nationale oprindelse. Karakteristikken fokuserer især på adgang til computer, Internet og mobiltelefon, og på præferencer indenfor film, tv-serier, computerspil, musik, websider og chatrum. Kapitlet sammenholder fund fra projektets spørgeskemaundersøgelse med teorier og indsigter fra kapitel 2, og samtidig danner kapitlet afsæt for, at de kvalitative analyser i kapit-

lerne 5 og 6 kan sammenholdes med dels det, vi ved i forvejen, dels karakteristikken af gruppens mediebrug og –præferencer.

Analyserne i afhandlingens kapitel 5, *Globalt udsyn og lokalt indblik*, tager udgangspunkt i projektets empiriske undersøgelse. Analyserne baseres på den undersøgte gruppes oplevelser med medier i en lokal kontekst samt deltagernes opfattelse af og holdninger til brug og betydning af en række medier og af udvalgte genrer og medietekster. Således refererer betydningen af det lokale og det globale i forhold til mediebrugen til de anvendelser og præferencer, de unge selv peger på, og som overordnet beskrives i projektets kapitel fire. Analysen indledes med et afsnit om forholdet mellem medier og erfaringsdannelse og efterfølges af fire afsnit om medier og medieteksters betydning for deltagerne: Fakta, fiktion, musik og om medieret personlig kommunikation.

I kapitel 6, *Erfaringer og holdninger – spørgsmål om lokal identitet og "det fremmede"*, syntetiserer jeg analyserne fra de foregående kapitler på et meso-niveau, hvor jeg diskuterer og perspektiverer resultaterne i forhold til spørgsmål om mellem mediernes rolle, relationer mellem lokalitet og globalitet, opfattelsen af fremmedhed versus danskhed og holdninger til forholdet mellem det lokale og det globale. Hvor kapitel fem fokuserede på medieoplevelser og den lokale forankring, er fokus i dette kapitel på de kontekster, medierne fungerer i, og de holdninger til global orientering og lokal forankring, der spores blandt undersøgelsesdeltagerne.

2 GLOBAL, LOKAL, MEDIER, UNGE

Formålet med kapitel 2 herunder er at diskutere relationer mellem globalisering, kultur og medier på et overordnet niveau og med henblik på at udvikle en specifik teoretisk forståelsesramme for relationer mellem globalitet og lokalitet og unges mediebrug og oplevelse af sig selv i verden lokal og globalt. Jeg går ikke i min teoretiske forståelse ud fra én primær teori eller én teoretikers² arbejde, idet jeg i forskningsprojektet anlægger en række forskellige perspektiver på projektets problemkompleks – perspektiver, der tager udgangspunkt i forskellige kontekstuelle niveauer. Denne fremgangsmåde udspringer af to væsentlige ambitioner for projektet: at lade analysen af generelle træk og kontekster mødes med analysen af specifikke træk og kontekster, og at opnå forståelse for, hvad relationer mellem globalitet og lokalitet betyder i omsætningen af informationer – i form af fakta og fiktion, underholdning, og i kommunikation, netværk, holdningsdannelse og i sidste ende identitetsdannelse. Dette sammensatte problemkompleks nødvendiggør en selektiv anvendelse af eksisterende, fremherskende teorier. Ligeledes fordrer de processer, der karakteriserer mediernes betydning i forhold til samfundsmæssig, kulturel udvikling, at teorierne om overordnede sammenhænge og forståelser til stadighed udvikles. Derfor får inddragelsen af eksisterende teori på den ene side en vis kalejdoskopisk og kraftigt beskåret karakter i denne del, men på den anden side etableres en kobling af argumenter og forklaringer, der belyser problemfeltet. Et yderligere argument for at kombinere forskellige teorier er, at globale processer er komplekse, og at studiet af globale kulturer og processer følgelig (be)fordrer en transdisciplinær tilgang (Robertson 1992 og 2001). I tråd hermed lægger et studie af aspekter af kulturel globalisering også op til anvendelsen af multiple metoder. Dette diskuteres nærmere i kapitel 3.

2.1 Global / globalisering / lokal

Det nærmer sig det banale at fastslå, at 'globalisering' er blevet et af de mest foretrukne temaer, såvel indholdsmæssigt og som argument, i den offentlige debat, på den politiske dagsorden og i akademiske studier af økonomiske, politiske, sociale og kulturelle vilkår og processer. 'Globalisering' tjener både som referenceramme og forklaringsramme for fænomener og begivenheder og som årsag og virkning på alle niveauer i forhold til samfundsmæssige processer og kollektive og subjektive erfaringer, handlinger og holdninger. Denne dobbelte betydning beskrives af Klaus Bruhn Jensen, med reference til Robertson (1990), som 'Global reality as context of action og frame of reference' (2002). I visse henseender kan man måske tale om, at der skabes en forestilling om globaliseringen gennem

² Om end det vil fremgå, at jeg gennemgående inddrager Anthony Giddens' metateoretiske analyser af forholdet mellem modernitet, identitet og social forandring (Giddens 1991, 1993).

en diskurs³, der sættes i værk og holdes i live af globale nyhedsmedier, globale institutioner, som for eksempel UNESCO og kulturelite/'indbildt kulturelite' som medier og universiteter (Friedman 2002:27).

I populære diskurser forbindes forholdet mellem globalisering og det lokale ofte med henholdsvis forandring og forankring på baggrund af et ret så værdiladet udgangspunkt. Dette udgangspunkt er en følge af en normativ fejlslutning, der opstiller dikotomien risiko eller progression, eller homogenitet overfor diversitet⁴, som resultatet af globaliseringens betydning for det lokale. I afhandlingen må den teoretiske diskussion og analysen nødvendigvis baseres på en akademisk forståelse af begreberne (som udredes i det efterfølgende), mens undersøgelsesdeltagernes referenceramme snarere er den populære og emotionelt betonedede diskurs. Der er således tale om en dobbelt hermeneutisk problemstilling (Giddens, 1991:22), hvor analysen af brugernes fortolkning/forståelse af forholdet mellem lokalitet og globalitet baseres på en teoretisk og akademisk-analytisk forforståelse. I afhandlingens analyser tager jeg deltagernes udsagn for pålydende – de tænker og føler rent faktisk om det globale i forhold til det lokale, sådan som de sætter ord på det – for så at relatere det sagte til projektets overordnede teoretiske og metodologiske udgangspunkt.

En præcisering af afhandlingens centrale begreber er nødvendig for at kunne operationalisere begreberne i forhold til afhandlingens projekt. Følgelig er en del af formålet med denne teoretiske del at trække centrale temaer og teoretiske forklaringer frem, som kan pege frem mod resten af projektet.

Globalisering

En af besværlighederne ved at definere 'globalisering' er, at det bruges vekslende med andre begreber for relationer i og på tværs af 'verden', som 'international' og 'transnational'. Held et al. definerer 'internationalisering' som følger: 'internationalization can be taken to refer to patterns of interaction and interconnectedness between two or more nation states irrespective geographical location.' (Held et al. 1999:16). Begrebet forstået således ligger ret langt fra definitionen på globalisering, som den beskrives nedenfor, nemlig vidtstrakt global 'interconnectedness'.

Når 'transnational' bruges i visse akademiske sammenhænge, er det primært, fordi 'global' og 'globalisering' traditionelt har konnoteret (før opkomsten af solide sociologiske studier af globalisering) økonomiske processer, og fordi nogle af de fænomener, der diskuteres, ikke opfattes som genuint globale, altså dækkende hele kloden.

Som blandt andre Stig Hjarvard påpeger, forstås 'globalisering' på så mangfoldige måder, at det er vanskeligt at anvende det i akademiske sammenhænge (Hjarvard 2003:17). Med

³ 'Globe Talk' kalder Anthony McGrew fænomenet i sit kapitel af *Modernity and its Futures* af Hall, Held & McGrew, 1992.

lidt præciseringsarbejde er det dog stadig det bedste ord til at beskrive essensen af globale processer, som for eksempel defineret af Held et al, der mener, at globalisering i sin simpleste betydning refererer til 'The widening, deepening and speeding up of global interconnectedness' (Held et al. 1999:14). 'Interconnectedness' er altså essensen af udsagnet, i den forstand, at verdens regioner, nationer, lokaliteter er gensidigt forbundne. Ifølge Held et al. defineres begrebet globalisering som henholdsvis 'stretching', 'intensification' og 'speeding up'. 'Stretching' i den forstand, at aktiviteter i én del af verden, én region, får konsekvenser for individer og samfund i resten af verden⁵; 'intensification', fordi graden af 'interconnectedness', interaktionsmønstre og 'flow', som gennemtrænger etablerede samfund og stater, vokser i omfang og betydning; og endelig 'speeding up', fordi udviklingen af transport og kommunikationssystemer forstærker 'the potential velocity of the global diffusion of ideas, goods, information, capital and people.' (Held et al. 1999:15).

En indgang til definitionen af globalisering er globaliseringens processuelle karakter. Dette udbygges af Malcolm Waters, der definerer globalisering således i ultrakort form: 'A social process in which the constraints of geography on social and cultural arrangements recede and in which people become increasingly aware that they are receding.' (Waters 1995:3). Med reference til Klaus Bruhn Jensen, citeret ovenfor, kan globalisering altså forstås som såvel handlingskontekst og referenceramme. Hvor Walters taler om udvidelse af verden, indleder Roland Robertson sin velkendte bog om social teori og globale kulturer således:

Globalization as a concept refers both to the compression of the world and the intensification of consciousness of the world as a whole ... both concrete global interdependence and consciousness of the global whole in the twentieth century.

(Robertson 1992:8)

Både Waters og Robertson lægger altså vægt på tilstedeværelsen af 'global consciousness' (Waters 1995:42), det vil sige, at folk, og i Giddens' forståelsesramme, institutioner, er opmærksomme på de globale processer og reflekterer over dem. Dette er et væsentligt diskussionspunkt i forhold til unge menneskers orientering i verden og i forhold til deres aktuelle eller fremtidige indflydelse på de globale og lokale processer.

Globalisering og modernisering er historisk set indbyrdes forbundne vilkår eller betingelser, som driver udviklingen af den samfundsmæssige organisering på alle niveauer. Giddens og Roland Robertson er to centrale teoretikere i diskussionen af og forsøget på afklaring af forholdet mellem modernitet og globalisering. Eftersom de begge bidrager til centrale diskussioner, blandt andet omkring nationalstatens fortsatte betydning også i lyset af stigende globalisering og omkring modernitetens konsekvenser, vælger jeg at referere de

⁴ Appadurai bruger betegnelserne homogenitet og heterogenitet (Appadurai 1996:32).

⁵ Giddens siger om processen: 'Globalisation refers essentially to the stretching process, in so far as the modes of connection between different social contexts or regions become networked across the earth's surface as a whole' (Giddens 1990:64).

centrale dele fra de to arbejder, som er nyttige for afhandlingens forståelsesramme uden at tage stilling til, hvem der måtte have ret.

Moderniseringens drivkræfter er ifølge Giddens⁶ separationen eller reorganiseringen af tid og rum, 'disembedding' mekanismer og modernitetens refleksivitet (Giddens 1991:19-21). Herigennem muliggøres globaliseringen, men især betyder reorganiseringen af tid og rum, det vil sige muligheden for at kunne interagere uafhængig af fysisk og samtidig tilstedeværelse, at potentielle forbindelser mellem enheder i det globale rum bliver større og hurtigere etableret.

Roland Robertson mener, at globaliseringen går forud for moderniseringen, og han kritiserer for eksempel Giddens kraftigt for at have bygget sine teorier om det moderne samfund op omkring det modsatte synspunkt. Giddens (og Waters) mener for det første, at modernitet går forud for en udviklet globaliseringsproces, fordi muligheden for 'time-space distanciation' for alvor slår igennem i moderniteten, hvorefter globaliseringen på alle niveauer kan tage fart. Dette udelukker ikke betydningen af en vis form for global orientering tidligt i moderniseringsprocessen. For det andet handler forholdet mellem modernitet og globalisering ifølge Giddens (1999: 12) ikke kun om 'the big systems' – det er ikke kun et derude ('out there'), men også et herinde ('in here') fænomen. Det vil sige, det handler ikke kun om nationalstater og det globale, men også om det personlige hverdagsliv. På baggrund af denne nuancering forekommer Giddens forståelse af relationen mellem globalisering og moderniseringsprocesser at være mest anvendelig i forhold til afhandlingen.

Disembedding er resultatet af modernitetens adskillelse af sociale processer fra deres traditionsbundne, geografisk definerede sociale kontekster (Hjarvard 2003:19). I sammenhæng hermed bliver mediernes funktion i moderniteten blandt andet at genindleje de sociale relationer og kulturelle processer i nye former.

'Contexts of communication' (Jensen 2002) er i projektets sammenhæng især interessante i forhold til ændret og direkte adgang til information og kommunikation såvel globalt set som for individet. Globalisering og digitalisering hænger således sammen. Digital kommunikationsteknologi og digitale medier muliggør en ny og radikalt intensiveret udfoldelse af globalisering og indvirker på moderniseringsprocesser i en global kontekst – med regionale variationer. Som Klaus Bruhn Jensen formulerer det: 'The process of economic as well as cultural globalization which is made possible, in part, by the digitalization of the communication infrastructure, is an opportunity to reconsider the nature of the contexts – both real or virtual – of communication.' (Jensen 2000:15). Set fra projektets analyseobjekters udsigt betyder hurtig og effektiv medieret udveksling af information og meninger, at folk især i den vestlige verden ser endnu mere til andre dele af verden i deres egen lokale kontekst.

⁶ Der findes utallige værker om modernitetsteori, men i lyset af afhandlingens projekt fører for vidt at gå dybere ind i beskrivelsen af modernitetens grundvilkår og – præmisser. Dog vil jeg henvise til Fredric Jamesons meget informative *A Singular Modernity* om modernitetshistorie og – teori.

De digitale medier har radikaliseret globaliseringen, i den forstand at kompressionen af tid og rum er intensiveret i og mulighederne for kommunikation er vokset lokalt i nye områder⁷. I det virtuelle rum kan vi være alle steder (der er forbundet og det KAN stort set alle steder være), når vi har lyst eller brug for det, og specielt kan sociale relationer udstrækkes globalt uden nødvendigvis at miste sin intensitet eller umiddelbarhed. De unge deltagere i undersøgelsen *vælger* den globale udstrækning af de sociale relationer uden tøven, når der er behov for det. Det er for eksempel ganske naturligt at ringe, sms'e eller bruge *Messenger* til eller fra fjerne egne af verden for at være opdateret med venner og familie, når disse eller deltagerne selv er ude i den store verden. For det andet er det en interessant, og for de unge ikke opsigtsvækkende, pointe, at de medier, der bruges i den lokale kontekst, er de samme, der forbinder lokaliteten med resten af verden. Ring til din kæreste henne om hjørnet, eller ring til din tante i Australien - forbindelsestiden og lyden er den samme. Brug *Messenger* med skolekammeraterne til at diskutere lektierne eller til at snakke med din *Counter Strike* kammerat i Canada: samme forbindelse, samme udseende på skærmen.

Endnu en væsentlig pointe omkring den digitale kommunikations udbredelse er, at individer, i høj grad unge, i kraft af deres brug af digitale medier, bliver en del af globaliseringsprocessen på en anden måde, end det tidligere har været tilfældet. Individer får, ligesom virksomheder, institutioner og regeringer, kontrol over deres adgang til verden og omvendt (Rantanen 2005). Den direkte forbindelse til verden betyder, at informationer og kommunikation kan omsættes umiddelbart i den enkeltes generering af mening. Kollektivt er milliarder af internetbrugere, og snart også brugere af det mobile internet, en enorm kraft i forhold til vidensdeling og handel, grænseløse relationer og grænseløse interaktioner. Sådanne bevægelser har nødvendigvis betydning for samfundsmæssige forandringer, såvel lokalt som globalt.

Diskussionerne af globaliseringsprocessernes betydning for nationalstatens beståen henholdsvis potentielle opløsning rækker vidt⁸, men har en vis betydning for projektet. På den ene side er den underforståede opfattelse af nationalstaten, læs: Danmark, som samfundsform, grundlag for en hel del af de unge informanternes selvopfattelse og kollektive identitet. Deltagerne i undersøgelsen refererer til historisk bestemte, symbolske fænomener/institutioner som kongehus, krone og flag, men ikke mindst viser den tilbagevendende reference til *det danske* demokratiske systems fortræffeligheder, at nationalstaten er rammen for deres sociale og kulturelle udfoldelser.

⁷ I store dele af verden har få traditionelt haft adgang til elektroniske / digitale kommunikationsmedier, men alligevel har computer/internet/tv og andre medier indflydelse. I de seneste par år er de digitale teknologier som mobiltelefoner og trådløst internet blevet udbredt i for eksempel dele af Afrika og Indien, hvilket i høj grad ændrer relationerne mellem lokalitet og globalitet.

⁸ For eksempel ser Giddens nationalstaten som modernitetens mest prominente distinktive samfundsform/sociale form. Paradoksalt ser han også nationalstaten som den største forhindring for udfoldet globalisering (Giddens 1991). Robertson mener, at nationalstaten fortsat har stor betydning, på trods af overgrubende organiseringer som EU eller organiseringen af stærke, globale NGO'er (Robertson 1992).

På den anden side er der sket et overordnet skift i statens potentielle kontrol over medier, mediering og kommunikation. Selvom staten fortsat regulerer tilladelser til sendenet og public service medier, kan unge, med adgang til opkobling, ganske enkelt gå direkte til deres leverandør via deres medier, og dermed reduceres den national-statslige indflydelse på deres informations-, underholdnings- og kommunikationsdækning radikalt. I et mikroperspektiv er dette konsekvensen af en generel udvikling, hvor man kan sige at 'one of the prime characteristics of globalization is the transcendence of national frontiers. Social networks stretch across national frontiers, but without establishing anything that might be called international relations' (Hjarvard 2003:20).

Opfattelsen af sammenhæng mellem **Globalisering og risikosamfund** er udbredt. 'Modernity is a risk culture', konstaterer Giddens i *Modernity and Self-Identity*, 1991. Året efter udkom Ulrich Becks *Risk Society. Towards a New Modernity* på engelsk⁹, og efterfølgende har utallige sociologer og andre givet deres bud på, hvordan vi kan forstå risiko under moderniteten.

Både Giddens og Beck henviser til 'high and low consequence risk'. 'Low consequence risk' er for eksempel livsstils og helbredsproblemer, mens 'high consequence risk' er faren for, at den globale økonomi kolliderer, eller at de samfundsmæssige institutioner, offentlige som private, bryder sammen og overlader individet til sig selv og egne løsninger. Eller at miljøet udgør en tikkende bombe, udløst af modernitetens virksomhed. Man kan, som Cieslik og Pollock gør, spørge om, hvorvidt tilværelsen virkelig er så meget mere risikabel end tidligere? Har vi ikke flere valg og flere muligheder, og er udlejningen af de sociale processer og deres genindlejring i nye formationer ikke fulgt af mere viden, indsigt og refleksivitet og dermed muligheder for at handle? (Cieslik og Pollock 2002:13)

Giddens argument er, at moderniteten bidrager til at reducere risiko på nogle områder, for eksempel i forhold til den daglige tilværelse, men at nye former for risiko til gengæld introduceres, afledt af modernitetens konsekvenser, hvilket for den enkelte især betyder usikkerhed i forhold til livsvalg og – strategier. I forhold til Giddens beskriver Beck generelt set risiko mere konkret, uanset om han snakker om miljøets, de samfundsmæssige institutioners eller forholdet mellem mand og kvindes forfald, og hans blik på potentielle løsninger, veje ud af risikable tilstande og situationer er, mildt sagt, dystopisk.

Som kommentar til Becks dystopi og som endnu et Giddens-inspireret koncentrat af modernitetsteori siger Cieslik og Pollock

Risk society is also characterized by other features which create a sense of uncertainty. Long term processes of cultural change – detraditionalization – means that those norms and values which act as collective cultural guides in our lives are waning

⁹ Fem år efter at Ulrich Beck udgav *Risikogesellschaft* på tysk, som Giddens faktisk refererer til i *Modernity and Self-Identity*.

in influence and this is reflected in a much more fluid understanding of families, employment and community life.

(Cieslik og Pollock 2002:3)

Dette usikkerhedsmoment og den manglende orientering er også udgangspunktet for Thomas Ziehes ambivalensteori, som især retter sig mod unge under moderniteten. Usikkerheden er en sand faktor i mange unges livsverden¹⁰, fordi den vedrører forhold som enten er forestillede problemer – risici – eller begivenheder, der truer ens *følelse* af sikkerhed og tillid til sin omverden.

Under moderniteten er verdens begivenheder ikke længere afgrænset til lokalområder. Det vil sige, at ting som sker på den anden side af kloden, hvad enten det er økonomisk konkurrence fra kinesiske virksomheder eller naturkatastrofer, enten indirekte, i form af samfundsmæssige reguleringer, der skal afværge negative konsekvenser, eller direkte, i de tilfælde begivenheder berører os konkret – hvis man for eksempel ikke kan rejse til bestemte steder på grund af katastrofer eller konflikter. Eller begivenheder kan berøre os personligt, så vi føler, handler eller gemmer os. Som jeg senere vil illustrere i afhandlingens analysedele, spiller medierne en central rolle i denne proces, dels fordi vi ikke kan undgå at blive konfronteret med begivenhederne og deres konsekvenser via medierne, dels fordi vi ofte får ”adgang” til begivenhederne, mens de finder sted. Det ’bedste’ eksempel, som nævnt i indledningen, ikke oplevet af mine informanter på interviewtidspunktet, er *September 11*, ødelæggelsen af World Trade Center, som folk over det meste af verden kunne følge live, med chok, skræk og vantro – eller måske fryd – til følge. Efterfølgende betød mediedækningen, at vi kunne observere følgerne af tårnenes kollaps, herunder de mange personlige historier og politiske kommentarer, der blev præsenteret.

En metode til at forebygge risiko på er, med Giddens udtryk, ’risk assessment’ (Giddens 1991:137). Det vil sige, at folk anlægger forskellige strategier for at overkomme usikkerheden, især i dagligdags forhold – i trafikken, i skolen, i hjemmet, i forhold til helbredet, mens risikovurdering vanskeligt lader sig gøre i forhold til naturkatastrofer og fænomener som for eksempel kollaps af banker, samfundsinstitutioner eller politiske mål som *World Trade Center*.

Generelt set modsvares risiko af tillid, som ifølge Hjarvard (med reference til Luhman) er en funktionel, rationel og nyttig ’aktivitet’, som gør det muligt at agere i komplekse, sociale

¹⁰ Med reference til Habermas’ ontologiske forståelse af socialt liv. Den korteste og mest præcise beskrivelse kommer Klaus Bruhn Jensen med: ’The most basic distinction (corresponding structurally to Giddens’ [1984] distinction between social integration and system integration) is made in phenomenological terms between the lifeworld and the system world, that is, on the one hand, the unmediated, authentic aspects of human experience and, on the other hand, their institutionalized, rationalized form in modern society’. Som Jensen peger på, mener Habermas, at de to verdener kan være ’complementary sides of social reality’ (Jensen 1995:189). Livsverden bruges mere populært om den sammenhæng, vi lever indenfor, omfattende alt, hvad vi gør, og det, der er væsentligt i vores sociale liv. Det er livsverden i denne betydning, der bruges i afhandlingen.

systemer. Trust relaterer såvel til system-person-relationer som til interpersonelle relationer:

By trusting a person, you expect him/her to act in specific ways, thereby eliminating the possibility that he/she will act otherwise. Similarly, by trusting a system, you expect it to perform in specific ways and thereby avoid the insecurity of not being able to predict the outcome. Trust is a mechanism that allows individuals to act in complex social systems.

(Hjarvard 2002:78)

Ifølge min undersøgelse og andre efterfølgende (for eksempel Amnå m.fl. 2004) har unge danskere generelt tillid til systemet og til andre, hvilket ofte kommer til udtryk gennem en pragmatisk holdning til samfundsspørgsmål af forskellig art.

Giddens' eksempel på personer, der som strategi 'vælger' at reagere fatalistisk eller pragmatisk og affinde sig med, at man ikke kan gøre noget alligevel, passer godt ind her. Andre strategier er at forsøge at undgå at have noget med institutioner eller systemer at gøre og at administrere sit eget liv. Andre igen tager måske, som Giddens siger: 'lifestyle decisions which propel them right back in the direction of more traditional authorities.' (Giddens 1991:142). Hans eksempel er folk, der vender sig mod fundamentalistiske religiøse bevægelser, der kan give dem svaret på, hvad de skal gøre i en forvirret tid. Men mindre kan måske også gøre det, som for eksempel at blive en del af subkulturelle bevægelser eller at gå voldsomt op i en sport eller hobby, der giver én faste rammer og forklaringer, der kan guide én gennem hverdagen.

En anden pointe, der også umiddelbart lader til at passe på mine undersøgelsesdeltagere, vedrører håndteringen af de stadige, truende, globale katastrofer, som vi præsenteres for dagligt gennem medierne. Med reference til Christopher Lasch siger Giddens, at i og med at folk erkender, at katastroferne ikke forsvinder eller holder op, så forsøger man at finde måder til at lukke dem ude fra sine tanker og sit hverdagsliv:

Most people shut them out of their lives and concentrate their activities on privatised 'survival strategies', blotting out the larger risk scenarios. Giving up hope, that the wider social environment can be controlled, people retreat to purely personal preoccupations: to psychic and bodily self-improvement. ... Against this backdrop, people hunger for psychic security and a – disturbingly elusive – sense of well-being.

(Giddens1991:171)

Generelt, som dette citat er, peger det på nogle mulige psykologiske forklaringsrammer, afledt af den sociale virkelighed, for hvorfor vi – og i særdeleshed unge, som specielt skal finde fodfæste og definere livsstrategier – bruger så meget tid og energi på at overveje os selv og fylde tiden ud med populær underholdning, når verden er så truende på alle fronter, som den er.

Westernisering

Spørgsmålet om westernisering som konsekvens af kulturel globalisering er et centralt tema for afhandlingens projekt. Over halvdelen af undersøgelsesdeltagernes foretrukne medieprodukter stammer fra USA, og en del af diskussionerne i analyserne refererer til forestillingen om westernisering henholdsvis amerikanisering som konsekvens af vestlig mediedominans – i Danmark. I forhold til westerniserings- henholdsvis amerikaniseringstesen sættes der ofte lighedstegn mellem de to forestillinger om kulturimperialisme (med blandt andre John Tomlinsons ord, 1991). Informanterne i min undersøgelse skelner imidlertid mellem, at westernisering bruges om 'os' i forhold den ikke-vestlige verden, og at amerikanisering især bruges, når det drejer sig om eventuel transformation af amerikansk kultur i en dansk kontekst. Informanterne forholder sig også gennemgående mere nuanceret til spørgsmålet om kulturel homogenisering som følge af en omfattende "McDonaldisering". Ritzers tese om McDonaldisering er primært interessant i afhandlingens kontekst, fordi den lægger sig op ad dystopiske forståelser af kulturel globalisering og op ad økonomisk globaliseringsteori som provokation. Kort sagt kan McDonaldisering ifølge Ritzer beskrives som den måde, hvorpå principperne for fastfoodkædens virksomhed helt ned på gulvplan udbreder sig til resten af det amerikanske samfund og til verden: forudsigelighed, kalkulerbarhed, kontrol, rationalitet. Resultatet, som vi allerede ser ifølge Ritzer, er kulturel homogenisering (Ritzer 1996 og 2004, Hjarvard 2003). Informanterne i min undersøgelse skelner imidlertid mellem de synlige "symboler" på især amerikanske fænomeners tilstedeværelse i Danmark og den lokale betydning, de kan tillægges.

Hertil kommer, at globalisering ikke bare drejer sig om spørgsmålet om 'the west over the rest' – globaliseringen påvirker USA og vesten lige så meget som resten af verden. Tomlinson diskuterer Giddens ide om, at den vestlige verden måske nok har været drivkraft i en global moderniseringsproces, men fordi projektet er ved at lykkes så godt, er vesten ved at miste sit 'socio-cultural grip' (Tomlinson 1999:92 med henvisning til Giddens 1990:52). Udviklingen i for eksempel Asien og dele af Sydamerika og Afrika kunne tyde på det (Tomlinson ibid. og Castells 1998:309). Det betyder måske også på sigt, at der vil ske en større udveksling af kulturprodukter mellem verdensdele, end vi tidligere har set. Tøj, musik og kunst henter inspiration fra andre kulturer. Asiatisk og arabisk mad har holdt sit indtog, og tegneserier, computerspil og film har også sporadisk succes i vestlige lande, selvom kun ganske få produkter ud af det samlede marked er blevet succeser, som for eksempel *Pokemon*¹¹. Andre fænomener som *Manga*¹² eller indiske film har et begejstret men begrænset publikum. Det afgørende punkt er, om de almindelige (= mange) forbrugere følger med, så ikke vestlig kultur bliver populariseret.

¹¹ Japansk tværmedielt produkt, ejet af computerspilfirmaet Nintendo.

¹² Japanske tegneserier/tegnefilm, med en særlig moderne stil, men med referencer til gammel japansk kunst.

Der er ikke tvivl om, at amerikansk kultur har haft stor indflydelse i Danmark gennem det 20. århundrede – Hollywood film, musik, tv-serier, mad, sprog med mere (*Dansk Mediehistorie*, bind 2). Der er tale om delvis re-import, eftersom meget af det, vi kender som amerikansk kultur, er importeret i 1900-tallet fra især Europa og fra Afrika og Asien og transformeret til amerikansk kultur-eksport. Et af resultaterne er, at populære amerikanske film og tv-serier spejler amerikansk middelklasse-normativitet og -moral, som på nogle områder er ret så anderledes, i hvert fald som fremstillet, end den, danske unge kender hjemmefra.

Uanset hvilken status amerikansk kultureksport tilskrives i en dansk kontekst, er det tydeligt, at en stor del af mine undersøgelsesdeltagere er fascinerede af USA og amerikansk kultur – i den version, de møder den. På spørgsmålet om, hvorvidt de kunne tænke sig at flytte til udlandet, svarer flest af deltagerne, at de har lyst til at tage til USA en periode. Flere siger, at godt nok forekommer USA dem at være stort og farligt, men også fascinerende og ikke mindst, at de føler, de allerede kender landet eller dele af det gennem de film og tv-serier, de ser.

Lokalitet

Lokalitet kan for det første defineres som 'flows and networks within a specific locale' (Held et al, 1999:16), altså, i forhold til geografi som et delt fysisk eller virtuelt rum. For det andet kan begrebet defineres som den 'oplevede' lokalitet. Det væsentlige er, at lokalitet kan afgrænses i forhold til andre lokaliteter og til et nationalt niveau, og at de interaktioner, der finder sted i lokaliteten især opleves som interessante for de, der deler den. Selvom 'lokalitet' altså relaterer til et 'sted', er det ikke én, fysisk lokalitet. Selvom vi lever et lokalt liv, til stede i vores fysiske krop, så har udbredelsen af blandt andet medierede oplevelser ændret vores opfattelse af fænomenet 'verden'. 'Although everyone lives a local life, phenomenal worlds for the most part are truly global' (Giddens 1991:187). Vores opfattelse af lokalitet har også ændret sig med især de digitale mediers tilbud om virtuelle verdener, hvor vi kan interagere med hinanden via motoriske handlinger og sanselige beslutninger i cyberspace. Det fælles rum er en forestillet lokalitet. Derfor kan vi 'være til stede' i cyberspace, selvom vores krop er bundet til den fysiske lokalitet.

Lokalitet er en fysisk realitet, men også en forestilling om lokaliteten. De unge bor selvfølgelig i en virkelig 'verden' i en fysisk afgrænselig (og udstrækkelig) lokalitet. Samtidig har de en forestilling om fællesskaber, der er baseret på følelser omkring at høre til, at være noget særligt, at have en (fælles) historie (jf. Benedict Andersons *Imagined Communities* 1991). Deres forestilling om lokaliteten som base for et lokal 'patriotisk' fællesskab er bundet til det geografiske og materielle – de kendte gader, bygninger og omgivelser og møder med venner og andre, som man kender, er den meget konkrete referenceramme.

Også Appadurai opererer med flere sammenhængende dimensioner af lokalitet: 'a structure of feeling, a property of social life, and an ideology of situated community' (Appadurai

1996:189). Tredelelingen er baseret på hans tese om, at lokalitet er et fænomenologisk aspekt af socialt liv, og at denne dimension af lokalitet ikke kan adskilles fra de faktiske *settings in and through which social life is reproduced*. Disse faktiske settings betegner Appadurai som 'neighbourhood', hvorigennem lokalitet realiseres (ibid:182). Som Giddens siger Appadurai altså, at vi både må tale om fænomenologiske og fysiske ramme for udfoldelsen af socialt liv, men Appadurai nedtoner globalitetens betydning for den lokale kontekst, og er skeptisk over for virtuelt oplevede lokaliteter; endelig konnoterer hans brug af *ethnoscapes* om den sociale del af 'nabolag' aggression – der er tale om kolonisering mellem nabolagene – opretholdelsen af lokaliteten ender med at blive en krig mod de andre nabolag (deraf også hans brug af 'others' om andre nabolag).

'Lokal' konnoterer for de fleste i min undersøgelse kulturel identitet, knyttet til familietilhørsforhold, miljø og eventuelt dialekt og historie. Dog kan man se tendenser til, at de unge især i København i nogen grad definerer sig i forhold til deres 'hoods' som afgrænsede i forhold til andre.

'National' defineres blandt andet ud fra, at folk, der deler et geografiske territorium, føler, at de tilhører samme nation, og at de gør det, selvom de ikke kender eller kommer til at møde dem, de deler nationalitet med. Det vil sige, at nationen som fællesskab altid er forestillet (Anderson 1991:6; Rantanen 2005:82), selvom nationer kan afgrænses geografisk og nationalstater har politisk status. Blandt andet opnås følelsen af at høre til det nationale fællesskab gennem eksklusion af folk, der ikke hører til, og inklusion af dem, der passer til den nationale skabelon. Tilsvarende opnås følelsen af at høre til i det lokale fællesskab, som kan etableres uden faktisk kendskab til alle dem, man deler fællesskab med på den fysiske lokalitet, hvor man bor. Dog skal det erindres, at de historisk og emotionelt bestemte oplevelser af det nationale kan være stærkere for mange, end oplevelsen af det lokale fællesskab i den geografiske, lokale kontekst.

Ovenstående diskuterer i hovedsagen begrebet lokalitet, som jeg benytter det i forhold til de fire byer/bydele, jeg besøgte. I afhandlingen anvender jeg både lokal som reference til Danmark i forhold til det globale, og lokal om de geografiske steder, jeg har besøgt i forbindelse med undersøgelsen. Jeg vil imidlertid ikke bruge betegnelsen national om det, der knytter sig til Danmark, eftersom det er relationen mellem det globale og netop en specifikt afgrænset enhed som Danmark, der er interessant. Afgrænsningen af henholdsvis national og lokal ligger således ret tæt op af hinanden. Derfor anvender jeg generelt betegnelsen 'lokal' frem for 'national' som modpolen til 'global' i afhandlingens analyseafsnit. Tilsvarende anvender jeg også betegnelsen 'lokal' som modpol til 'national'. Det er forholdet mellem 'der' og 'her', der er interessant. Dette kompliceres selvfølgelig yderligere af, at der ofte refereres til 'Danmark' og 'det danske' i undersøgelsen, enten som samfund eller som oplevelse. 'Lokale unge' refererer således både til deres orientering mod Danmark i relation til

det globale og til deres tilknytning til en geografisk lokalitet. Disse væsentlige nuancer uddybes i afhandlingens empiriske dele.

Refleksivitet

Refleksivitet er en af modernitetens tre dynamiske kvaliteter, der er sammenflettet med to andre mekanismer, adskillelse af tid og rum og 'disembedding' (udlejring), som adskiller social interaktion fra lokal forankring. Både individet og samfundets institutioner er nødt til at reflektere for at skabe mening og sammenhæng i modernitetens forvirring. Refleksivitet er mere end selv-refleksivitet, som er udgangspunkt for at finde ud af sin egen rolle i det samlede billede. Refleksivitet omfatter i det hele taget monitoreringen af alle former for socialt liv.

The transformation of time and space, coupled with the disembedding mechanisms, propel social life away from the hold of the pre-established precepts or practices. This is the context of the thoroughgoing reflexivity which is the third major influence on the dynamism of modern institutions. The reflexivity of modernity has to be distinguished from the reflexive monitoring of action intrinsic to all human activity. Modernity's reflexivity refers to the susceptibility of most aspects of social activity, and material relation with nature, to chronic revision in the light of new information or knowledge.

(Giddens 1991:20)

Refleksivitet i denne forstand medfører, at der kan opretholdes en vis samfundsmæssig stabilitet, fordi den viden om det samfundsmæssige liv, som refleksiviteten genererer, muliggør organisering og social tilpasning. Samtidig underminerer refleksiviteten imidlertid også 'sikker viden'. En af konsekvenserne ved moderniteten er, at der åbnes for overvejelse af andre muligheder, andre svar, og dermed åbnes op for ny viden og nye fortolkninger. Refleksivitet er en fortolkende evne, som gør det muligt at tilskrive mening til alle former for social aktivitet (Giddens 1990).

The point is that reflexivity orients people and allows them to act, to go on, and that it would be possible for them, as a rule, to justify their actions if they were challenged. In most cases, however, people will simply go about their business, and will be able to coordinate it with that of others to a remarkable degree, by relying on shared, implicit assumptions, what Giddens terms their practical consciousness.

(Jensen 2002:2).

Medierne spiller en vigtig rolle i refleksionsprocesserne, fordi de gør det muligt at kontekstualisere information og erfaringer og dermed skabe mening, og dernæst åbner de for alternative perspektiver på 'verden':

The distinctive, reflexive role and function of media may be summed up, first, as 'contextualization'. The media relate issues and events in the world to each other, and allow audiences to contemplate and, perhaps, act upon such relations – with reference to a specific level or domain of social reality. Second, the media can serve to 'recontextualize' those events and issues, indicating a range of alternative perspectives and interpretations.'

(Jensen 2002:171).

Også Ziehe beskæftiger sig med modernitetens refleksivtetsprocesser på et kulturelt og subjektivt niveau. Han opstiller tre former for orienteringsforsøg i den moderne verden for unge: Subjektivering, som er jagten på nærhed og intimitet (parallel til Giddens' 'True relations'), ontologisering, som er jagten på sandhed som middel til at overkomme det meningstab, der opstår på baggrund af modernitetens vilkårlighed, samt potensering, jagten på intensitet. Alle tre strategier er svar på det autensitets- og meningstab, som udløses af modernitetens betingelser (Ziehe 1989 og Bjurström 1997).

Omsat til afhandlingens empiriske kontekst har unge et stort projekt for sig med at skabe mening og sammenhæng i verden og at handle derefter, såvel individuelt som kollektivt. Samtidig søger de efter nye livsformer og livsværdier (mere for sig selv end for samfundet), og nye måder at betragte verden på. Det er derfor også her, spirerne til for eksempel modkulturelle eller subkulturelle bevægelser kan identificeres. Anne Scott Sørensen refererer til Ziehes henholdsvis Giddens' beskrivelse af paradokset mellem på den ene side unges tendens til 'subjektivering, intensivering og affektivering af relationer og forholdemåder, og på den anden side formalisering, neutralisering og tilbagetrækning. Det vil sige, på den ene side kan man iagttage, hvordan årtusindeskiftets børn og unge tager udgangspunkt i sig selv og i individet, idet de samtidig søger efter fællesskab og efter emotionel og sanselig intensitet i deres relationer til omverdenen.' (Scott Sørensen 2002:15).

Medierne spiller en dobbelt rolle, idet de både giver rum for tilbagetrækning, men samtidig er helt centrale kilder til information, refleksion, erfaringsdannelse og social interaktion.

2.2 Globale medier, lokale markeder

Sammenhængen mellem medieudbud, medieefterspørgsel og mediepræferencer er indlysende. Medieproducenter af såvel hardware som software, udvikler og afsætter, eller ønsker at afsætte deres produkter. Brugere møder producenterne med en række behov i forhold til tekniske muligheder, indhold og opfyldelse af en række funktioner i forhold til sociale, kulturelle, æstetiske og psykologiske oplevelser og praksisser. Producenterne opererer i krydsfeltet mellem at ville opfylde eksisterende behov samt at skabe nye – eller i deres egen terminologi – at produktudvikle diverse nye mulige produkter og at opdyrke nye markeder. Der opstår et kollisionspunkt i mødet mellem afsender, produkt og modtager, idet medieprodukter (hardware og indhold) i høj grad er at betragte som varer, der skal omsættes, og at medieprodukter, altså varer, også er oplevelser eller kilder til oplevelser, der enten ligger udenfor medieproduktets varefunktion eller er selve produktet. Denne flertydighed understreges yderligere af, at medieprodukter også kan have en direkte funktion i ungdomskulturelle kontekster: som statussymbol, som bytteobjekt, som identitetsmarkør og så videre.

I afhandlingens kontekst ligger fokus på forholdet mellem globale og lokale medieprodukter og deres distribution, på globale og lokale referencerammer og endelig på den meningsproduktion, der finder sted. Som det vil fremgå af det første af denne dels afsnit herunder, er det en generel opfattelse blandt forskere, der ser på sammenhængen mellem mediemarkeder, global orientering og lokalisering, henholdsvis mening, at der sker en homogenisering af kulturer gennem omfattende tilpasning og varegørelse ('commodification') af kulturprodukter, i høj grad medieprodukter, og at de fælles referencerammer flytter sig fra en lokal til en global kontekst (Giddens 1991; Hjarvard 2003; Lull 2000). Afhandlingens analyser i kapitel 4 og 5 påviser, at der finder en kompleks udvikling sted, således at der måske nok er tale om en global produktion med ikke-nationalt forankrede referencerammer. Denne genindlejres imidlertid i en lokal kontekst, der i nogen grad udgøres af en fastholdelse af lokale kulturelle træk og – værdier og som udspilles i de sociale og kulturelle netværk, der i høj grad udgør fundamentet for især unges identitetsprojekt, jævnfør kapitel 2.3. Det er tydeligt, at der over tid sker en udvikling i værdinormer og en krydsning mellem globale og lokale referencerammer (Morley 2000; Morley and Robbins 1995; Robbins 1995; Tomlinson 1999), men man kan ikke sige, at den lokale forankring forsvinder med det stadigt mere globalt definerede mediemarked. Det er en vanskelig "hvad kommer først" diskussion. Pointen er imidlertid, at man må undersøge og definere, på hvilke niveauer i samspillet mellem medieproduktion, mediebrug og meningsdannelse, referencerammer og forankringer finder sted.

De globale henholdsvis de lokale mediemarkeders udvikling, struktur, økonomi og betydning er beskrevet i adskillige analyser (blandt andre Sreberny-Mohammedi et al¹³). I afhandlingens kontekst er det imidlertid primært relevant at inddrage diskussioner om overordnede markedsstrukturer og -økonomi med udgangspunkt i unges mediebrug. Det betyder ikke, at der ses bort fra de kommercielle, globale mediemarkeders betydning for unges mediepræferencer og de afledte refleksioner, betydninger, holdninger og handlinger. Derimod tages der afsæt i analyser, der peger på, at især de amerikanske og engelske medieproduktioners historiske betydning og omfattende, flerlagede markedsføring har afgørende betydning for de medievalg, også unge danskere foretager. Sammenvævningen mellem globale medieproducenters produktion og markedsstrategier og danske medieinstitutioners planlægning, produktion og udbud er tydelig. Afhandlingen tager imidlertid udgangspunkt i forholdet mellem marked, distribution, brug og præferencer set fra de unge mediebrugeres perspektiv, det vil sige deres valg og præferencer, og de sandsynlige indvirkninger på unge danskeres kulturelle selvforståelse og opfattelse af sig selv i forhold til den omgivende lokale og globale verden.

¹³ Dette var pågældende forskers navn, da hun blandt andet redigerede *Media in Global Context: a Reader* (1997) (ed.), London: Arnold. Nu udgiver hun under navnet Annabel Sreberny.

Globale medier

Man kan diskutere om et stærkere nationalt mediemarked og en meget målrettet samfundsmæssig strategi for at sikre befolkningen bredt set underholdning, information og kommunikation af høj kvalitet, kulturel bredde og tematisk variation ville give et ændret billede i forhold til præferencer, brug og betydning? Trods de globale, kommercielle mediemarkeders økonomiske fordele og produkternes alment populære karakter er der, hvis man ser på udbud og indhold på det danske mediemarked, mange tilbud om ikke-kommercielle, kritiske, avancerede, sub-kulturelle, og så videre mediemuligheder. Endvidere er der gennem digitale medier i stadig stigende grad mulighed for brugergenerering af indhold og deling af dette og for modificering af kommercielle produkter. Og det viser sig, at der blandt præferencerne for den store gruppe af deltagere i dette projekts undersøgelse er "alternative"¹⁴ medieprodukter repræsenteret, selvom størstedelen er amerikanske produktioner (jf. kapitel 4.2). Det viser sig også, at selvom andelen af danskproducerede præferencer både indenfor film, tv-serier, musik og computerspil er lille, så er den faktisk relativt stor i forhold til udbuddet. Det gælder for eksempel andelen af dansk-producerede film og tv-serier blandt de mest sete produktioner på tv og i biografen. Derimod er andelen fra ikke-amerikanske eller engelske producenter meget lille på alle områder. Det mønster der tegner sig i forhold til præferencer har betydning for, hvilke oplevelser og indtryk, seerne får. National oprindelse karakteriserer selvfølgelig ikke i sig selv kvalitet eller ikke-kommerciel oprindelse, idet populære produkter deler strategier på tværs af oprindelse – dårlig dansk fiktion er ikke bedre end dårlig amerikansk fiktion. Men variation i oprindelse og produktionskontekst åbner mulighed for variationer, lokale repræsentationer og nye input til refleksion.

Analysen af mediemarkeder omhandler i høj grad medieindhold som produkter, der omsættes. Men det er væsentligt, at der er en sammenhæng mellem medieadgang, medievalg og mediebetegnelse både i form til medieplatforme og – tjenester og til indhold. Producenter af hardware markedsfører globalt tilbud om nye eller videreudviklede teknologier, der kan give adgang til nye funktioner og oplevelser, muliggøre tværmediale udvekslinger og/eller flytte mediebruget fra tidligere, forankrede lokaliteter og platforme til andre. Markedsudviklingen går ikke så hurtigt som produktudviklingen, eftersom balancen mellem behov, økonomi og interesse i nye muligheder skal findes. Set over en kort årrække er den samlede udvikling i unges adgang til medier og brug af disse dog betydelig. Ændret adgang til medieformer og ændringer i udbud, samt forskellige forsøg på at tilpasse medieindholdet til nye formater får indflydelse på medievalg, - præferencer og betydning. For eksempel har fjernsynets funktion udviklet sig for mange unge til at være både medie for fordybet oplevelse (bestemte serier, sport, film, faktaprogrammer) og baggrundstapet for andre aktiviteter eller anden mediebrug. Det skyldes i høj grad, at de unge mediebrugere har fået stort set alle medierne

¹⁴ For eksempel film, tv-serier, musik og nyheder fra andre europæiske lande og fra lande uden for Europa og USA. Det gælder også genrer som klassisk musik, klassisk skønlitteratur, subkulturelle fænomener, egenproduktion.

ind på eget værelse, at de medierede oplevelser kan nås på flere forskellige platforme, og at tv-programmerne skæres til herefter (Drotner 1999 og 2002). Et andet eksempel er de ændrede mønstre og betydninger af medieret kommunikation (i ungdomskulturerne). I og med, at unge danskere har adgang til at kommunikere med venner, familie og andre på forskellige platforme og uafhængigt af tid og sted, udvikles kommunikationens status, betydning og indhold (Gillard et al. 1998; Holm Sørensen og Olesen 2000; Livingstone 2002; Tapscott 1998).

Man kan sige, at medievalg foretages i en kombination af dels umiddelbart ureflekteret logik på baggrund af vaner, erfaring og 'literacy'¹⁵, dels strategiske valg i forhold til smag og behov. I forhold til valg af platform bliver medievalg til strategier (eksplicitte eller ureflekterede) til at håndtere situationer, tilstande, behov, funktioner. De strategiske indholdsvalg foretages ligeledes med henblik på at håndtere tilstande og behov, men i forhold til psykologiske dimensioner frem for praktiske motiver. Selvom der på sin vis foreligger visse skemaer eller erfaringsbaserede regler for, hvordan diverse valgmuligheder håndteres, kan man også sige, at det i forhold til individets medievalg er op til den enkelte at tage stilling og 'leve med konsekvenserne'. Dagligdagens små valg udtrykker vores konstante stillingtagen til muligheder, hvis udfoldelse får konsekvenser på flere niveauer. Giddens udtrykker det således:

On the level of the self, a fundamental component of day-to-day activity is simply that of choice. Obviously, no culture eliminates choice altogether in day-to-day affairs, and all traditions are effectively choices among an indefinite range of possible behaviour patterns. Yet, by definition, tradition or established habit orders life within relatively set channels. Modernity confronts the individual with a complex diversity of choices and, because it is non-foundational, at the same time offers little help as to which options should be selected. Various consequences tend to follow.

(Giddens 1991, p.80)

Kort sagt, er det altså op til de unge mediebrugere at tage stilling til valgmulighederne i forhold til platform og indhold. I høj grad vælges der ud fra behov og smagskarakteristika, i overensstemmelse med det udbud, man støder på indenfor valgets kategori. Det drejer sig om valg af medieplatform i forhold til teknologisk kapacitet og særlige egenskaber, mediefunktion i forhold til behov, mediegenre og medieindhold i forhold til behov, præferencer, vaner og erfaring.

¹⁵ 'Literacy' bruges bredt og populært men er også et yderst velbeskrevet teoretisk begreb. Kort sagt drejer 'literacy' – som vanskeligt lader sig oversætte til dansk – om at besidde kompetencer til at kunne identificere, afkode, forstå og kommunikere noget. Historisk har der især været fokus på evnen til at læse og skrive (et hovedværk er James W. Potters værk, *Media Literacy*, fra 2001). Begrebet bruges imidlertid også bredere i forbindelse med særlige områder: cultural literacy, technological literacy, information literacy, media literacy, og senest: digital literacy. David Buckingham har i 2005 sammen med andre skrevet en grundig gennemgang af 'media literacy' for børn og unge i rapporten: *The Media Literacy of Children and Young People. A review of the Research Literature*. Sonia Livingstone har skrevet den tilsvarende rapport for voksne. David Buckingham har endvidere skrevet adskillige artikler og kapitler om 'digital literacy'. UNESCO har defineret begrebet bredt som led i en global strategi omkring læring.

De unge mediebrugere er som alle andre underlagt markedets betingelser og strategier. Ifølge Zinnecker (1995:86) kontrollerer underholdningsindustrien og de kulturelle servicevirksomheder børn og unge indirekte og i form af marked. Udbyderne kommer til at fremstå som leverandører af frihed for børn og unge, og det ser ud, som om købere og sælgere er ligestillede. Køberne fremstår som magtfulde aktører, og sælgerne gør alt, hvad de kan for at afkode købernes bevægelser i forhold til behov, præferencer, trends og i nogen grad inddrages køberne på forskellige stadier i udviklings- og markedsføringsprocesserne. Brugerdreven innovation og brugergeneret indhold er omdrejningsakser for en væsentlig del af udviklings og markedsstrategier for digitale medieindhold nu og i et fremtidsperspektiv (se for eksempel Rosted 2003).

Producenterne tilstræber at afkode, hvordan de tiltrækker og fastholder brugerne i balancen mellem det globale og det lokale. Marieke de Mooij diskuterer i sin bog, *Global Marketing and Advertising - Understanding Cultural Paradoxes*, et begreb, som hun kalder 'The global-local paradox'. Hun siger: 'Markets are people, not products. There may be global products, but there are no global people' (de Mooij 1998, p.3) og 'Local Markets are people, global markets are products' (de Mooij 1998, p.5). De Mooijs paradoks opstår gennem dobbeltheden i de globale markeders betydning. Jævnfør de Mooij er markeder mennesker og mennesker er lokale derfor er lokale markeder mennesker. Produkter kan være globale / globalt distribuerede og dermed opstår der globale markeder. Pointen er i afhandlingens forståelsesramme, at paradokset etableres mellem betydninger på forskellige niveauer, nemlig produktions og markedsføringsniveauet (produkter/globalt distribuerede) henholdsvis den lokale brugers behov, præferencer, køb og brug – der i mange tilfælde deles af andre lokale brugere i et globalt perspektiv.

Denne teori understøtter til dels afhandlingens forståelse af forholdet mellem unge danskeres globale orientering gennem mediebrugen, samtidig med at de globalt producerede produkter omsættes af lokalt forankrede mennesker. de Mooijs teori om 'the global-local paradox' giver dog ikke plads til en nuancering af forholdet mellem de lokalt forankrede behov, brugsmønstre og markeder og de globale produkters forankring i lokale markeder. De Mooijs pointe, at markeder er mennesker, det vil sige i bevægelse i overensstemmelse med menneskelige behov, valg og anvendelser, er imidlertid nyttig i forhold til afhandlingens analyser af unges præferencer. Det er i denne kontekst mere nyttigt at se på unges baggrund for valg og følgerne (oplevelse, meninger, holdninger) af disse valg, end på beskrivelser af de globale mediemarkeders struktur og omsætning. Det er ikke uvæsentligt, blandt andet i forhold til analysen af unges selvforståelse i forhold til den globale verden og den lokale kontekst, at medieprodukter i ungdomskulturen i høj grad er globale og dermed deles af mange unge verden over. Pointen er imidlertid, at den lokale kontekst, som medierne indgår i, er meget væsentlig i forhold til den globale kontekst.

Dette perspektiv diskuteres også af de Moij som "paradoxial values within cultures and between cultures" (de Moij 1998:2), hvilket hun uddyber: "Those who do not understand the values paradoxes in global cultures may easily delude themselves and think that the world is becoming one global culture with similar values. There may be similar values, but one culture's values may be the reverse of those in another culture". (de Moij 1998:3). Hendes pointe er, at man sagtens kan beskrive de globale markeders lighedspunkter, eksistensen af globale målgrupper, og områder, hvor man kan finde fælles værdinormer og kulturelle træk. Men samtidig er man nødt til at undersøge, på hvilket niveau lighederne optræder, og hvordan udviklingen finder sted over tid.

En forklaringsramme, der i højere grad tager udgangspunkt i *betydningen* af mediemarkedets paradoxer, leveres af Dannie Kjeldgaard¹⁶. Kjeldgaard peger på, at det er let nok at beskrive markedets strukturer og globaliseringen af forbrugsmarkedet i form af ensartede produkter eller symboler - 'the presence of globalized signifiers' - men at man er nødt til at gå bagom beskrivelsen af disse strukturer. For kunne bruge indsigten i globaliseringen af mediemarkeder, er man ifølge Kjeldgaard nødt til at undersøge 'the content of the *meaning*'. Kjeldgaard siger videre, med reference til Hannerz' diskussion af forskellige former for 'shared habitats of meaning':

One could define globalization by saying, that where people's shared habitats of meaning used to have its reference within national-cultural boundaries, the reference is becoming increasingly globalized.

(Dannie Kjeldgaard 2000, p.5)

Det er en interessant påstand, at folks delte meningshabitater (referencerammer) har flyttet sig fra en national-kulturel til en global kontekst. Hvis man ser på unge danskeres mediepræferencer udgøres en overvejende del af amerikanske og andre engelsksprogede produktioner (Drotner 2002; Stald 2000b og 2002). Det er dog problematisk at tegne en lige linie mellem den kvantitative fordeling af præferencer efter oprindelse og global forankring (Hollywood, musikindustrien, spilindustrien, internationale nyhedsbureauer, international markedsføring) og en kvalitativt bestemt valorisering af det, der foretrækkes. De uddybende interviews i afhandlingens undersøgelse peger på, at nok er populær amerikansk / engelsksproget underholdning øverst på listen, men bevidstheden om, hvilke behov disse præferencer dækker, er samtidig til stede hos de fleste deltagere i undersøgelsen. Når det kommer til underholdning er der simpelthen flere globale produkter, der tiltrækker opmærksomhed og dækker behov, end der er nationalt producerede. Til gengæld tillægges de relativt få dansk producerede medieprodukter, der optræder i undersøgelsen, ganske stor betydning og mening, såvel positivt som negativt. Dette kan se ud som en tilstræbt ideel læsning af forholdet mellem (global) kvantitet og (lokal) kvalitet, men deltagerne i undersøgelsen er gennemgående i nogen grad bevidste om denne skelnen. Præferencer i forhold til

¹⁶ Som ligesom de Moij beskæftiger sig bredt med marked og forbrug, ikke alene med medier.

globale henholdsvis lokale produkter kan som undersøgelsens deltagere gør det, bedømmes ud fra samme parametre – brugernes vurdering af underholdningsværdi, professionalisme, æstetisk kvalitet – hvad enten der er tale om fiktion, musik eller nyheder. Men samtidig distingveres også mellem de distinkte forskelle, der kan opleves, og som knytter sig til referenceramme og bevidsthed om kulturelle særtræk og kontekster.

Man kan hævde, at et paradoks mellem globale produkter (indhold + referencerammer) og de kulturelle særtræk og kontekster også udspiller sig på et ideologisk niveau. Det vil sige, at den mening, der knyttes til et produkt, måske nok kan føres tilbage til en kulturel kontekst med bestemte værdier, som er indlejret i produktet, men at meningene dannes i samspillet med en lokal ideologisk kontekst. Således kan udbredelse af Barbie, vestlig musik og amerikanske film og tv-serier i arabiske lande, repræsenterende bestemte værdier og normer og æstetiske udtryk - undergrundskultur – opleves som oppositionel eller som undergravende. Oppositionel eller undergravende eller ej, så opleves disse eksempler på produkter under alle omstændigheder ud fra en anderledes referenceramme end for eksempel den danske. Dette tilføjer nye lag af betydning til produktet, end når de samme produkter opleves i for eksempel en dansk ungdomskulturel kontekst, der som udgangspunkt ligger tættere på en amerikansk kulturel kontekst (se diskussion i kapitel 2.1. om westernisering).

Som overgang til behandlingen af omsætning og brug af medier på lokale markeder er det nyttigt at se nærmere på **medier som varer**.

Medier kan overordnet set betragtes som kultur, der på forskellig vis muliggør udveksling af information, kommunikation, underholdning. Den globale medieproduktion udvikler sig til stadighed i mere omfattende og komplekst sammenflettede virksomheder, der distribuerer deres produkter ad mange forskellige kanaler og med mange forskellige markedsføringsstrategier. Udviklingen sker i overensstemmelse med udviklingen af de lokale markeder, der samlet set udgør det globale marked.

I forhold til afhandlingens kontekst, hvor sammenhængen mellem marked, behov, præferencer og betydning (i forhold til identitet henholdsvis lokal forankring og lokal orientering) analyseres, bidrager henholdsvis Featherstone (1991), Giddens (1991) og Hjarvard (2004b) med brikker til et kompleks billede.

Featherstone kombinerer tre teoretiske perspektiver omkring 'consumer-culture'. For det første påpeger han, at vareproduktion medfører automatisk omfattende akkumulation af materiel kultur i form af forbrugsgoder og handelssteder og steder for konsumtion. Denne akkumulation medfører voksende fritidsdyrkelse og konsumptionsdyrkelse. Dertil kommer et mere sociologisk perspektiv, hvor den tilfredsstillelse, der opnås via forbrugsgoder modsvares den socialt strukturerede adgang. Forskellig adgang og synliggørelse af forbrug modsvares af forskellige måder, hvorpå folk bruger forbrugsgoderne til at etablere sociale forbindelser eller til distinktion. Endelig beskriver han, hvorledes konsumtion kan give

emotionelle glæder gennem realisering af eller oplevelse af drømme og behov på forskellig vis. Giddens fører argumentationen om konsumentkulturernes narcissisme noget videre: "Consumer capitalism, with its efforts to standardise consumption and to shape(s) tastes through advertising, plays a basic role in furthering narcissism"... "Consumption addresses the alienated qualities of modern social life and claims to be their solution: it promises the very things the narcissist desires – attractiveness, beauty and personal popularity – through the consumption of the 'right' kinds of goods and services". (Giddens 1991, p.172). Giddens taler her om "goods and services" i almindelighed, hvilket omfatter medier og medieoplevelser. Ifølge Hjarvard er medier i høj grad produkter, der omsættes på komplekse kommercielle markeder, som gør mediebrugere til kunder og konsumenter. Med en reference til henholdsvis Castells og Ritzer taler Hjarvard om informationsteknologiernes betydelige rolle i de seneste årtiers produktion og distribution, men også om, hvorledes der har fundet en revolution sted i konsumtionen: "In particular in highly developed industrial countries, the consumption of goods has accelerated and the way in which goods are consumed has been industrialized, rationalized and informatized" (Hjarvard 2004:45).

Celia Lury påpeger, at der finder en form for stilisering af konsum sted i ungdomskulturerne, hvilket ifølge hende i høj grad er resultatet af unges kreative praksis (Lury 1996:197m). Hun peger på, hvordan udfoldelser med tøjstil, kropsudsmykning og sproglige udtryk bruges i subkulturelle sammenhænge. Der sker en rekontekstualisering af indhold, der får ny mening. Det omfatter også mediebrug, hvor især leg med digitale medieformater er udbredt men også eksempler på musikgenrer, bygger på ældre originaler, der samples og scratches og så videre, og hvor bestemte medieprodukter (gamle film, trivielle tv-serier) bruges imod hensigten. Det interessante er, at dette finder sted i langt de fleste kulturer, men at rekontekstualiseringen finder sted i en lokal kontekst, der omsætter kommercielle produkter i nye, kreative, lokale praksisser.

Sammenfattende kan man sige, at konsumtion af varer i denne forstand er et modernitetsfænomen, der i ungdomskulturerne både udløses af modernitetens vilkår og underbygger disse. Konsumtion af varer, i afhandlingens kontekst især medieprodukter, bidrager til en samfundsmæssig kollektiv proces og samtidig til individets 'overlevelse' i forhold til emotionelle, identitetsmæssige behov og social og kulturel forankring.

Lokale markeder

Unge danskere er storforbrugere af medieprodukter og lægger kollektivt set¹⁷ mange penge hos diverse medieproducenter. Omsætningen sker i lyset af lokal påvirkning og i forhold til, at medieprodukter er varer, der hele tiden afløses af nye tilbud, som brugerne skal tage

¹⁷ Selvom den individuelle unge mediebruger måske nok bruger et relativt stor andel af sine økonomiske midler på mediebrug, er der dog hyppigst tale om relativt begrænsede beløb sammenlignet med voksne danskeres udgifter til hardware og medieindhold. Det er den samlede brug, for eksempel indtjening på sms, abonnement på Internettjenester, filmleje, musikkøb, der giver den store omsætning.

stilling til.

Omfanget af de midler, unge danskere har til rådighed til mediebrug, afhænger af forældretilskud, egne indtægter og evnen til økonomitænkning i forhold til anskaffelser og tjenestebrug. En del af mediebrugen sikres gennem familiens prioriteringer af især adgang til tv og Internet. Anskaffelsen af medier er altså delvis den unges eget valg, delvis betinget af forældrenes valg og velvilje.

De fleste unge danskere råder selv over egne penge (lommepenge, indtægter, gaver) og regnes altså således som ansvarlige forbrugere i en ganske ung alder, mens man i andre sammenhænge først anses for at være ansvarlig som 15årig (sex), 16årig (alkohol) og 18årig (borgerret og pligt). Der er en tendens til, at danske forældre har betydelig større tillid til deres børns ansvarlighed og bevidsthed omkring kommercielle interesser, markeder og ungdomskultur, end for eksempel forældre i andre nordiske lande har (Medierådet 2006 og 2007; Stald 1997; Tufte 2007). Der udøves en vis kontrol i forhold til mediebrug og medieanskaffelser blandt de yngste børn, men når børnene når alderen for den gruppe, projektet undersøger, agerer de fleste selvstændigt på mediemarkedet. Der optræder individuelle variationer, som forældre, der er relativt meget mere restriktive end andre af økonomiske, moralske eller ideologiske årsager, og der opstår kollektive perioder med særlige bekymringer, for eksempel omkring risiko ved chatbrug, skadelige virkninger af computerspil, "overdrevet" telefonbrug. Kollektive bekymringer henholdsvis restriktioner lader dog til generelt set at gå ret hurtigt i sig selv.

Unge må have betalt fritidsarbejde fra 13årsalderen, men ikke kreditkort, gæld eller indgå bindende aftaler hvilket blandt andet er interessant i forhold til mediebrug og kommunikation. Det vil sige, at i forhold til for eksempel internet-køb via kreditkort og kontrakter om mobiltelefonabonnement, abonnement på tv-pakker er unge under 18 afhængige af forældre. På den ene side og i dette perspektiv er adgang til og omfang af mediebrug altså en sag mellem den unge og forældre, ikke mellem unge og leverandører. På den anden side er ungdomsgruppen storforbrugere af kommunikation og medieprodukter og det, man kunne kalde ad hoc køb (løssalg af musik, dvd-film, blade og magasiner mm), samt downloads, kanalvalg og valg i forhold til mobilbrug fylder meget i dagligdagen for den gennemsnitlige unge dansker. En ny situation, der muliggør børns og unges selvstændige optræden som kunder på mediemarkedet, er opstået gennem brug af sms som betalingsmiddel, eller gennem betaling via det telefonabonnement og medfølgende regning, som forældrene har indgået aftale om men sjældent administrerer i dagligdagen. Blandt andet ud fra erkendelsen af forældrenes begrænsede regulering af især børns og de yngste unges forbrug har den danske telebranche til gengæld indgået frivillige indbyrdes aftaler med henblik på at begrænse børns muligheder for at bruge store beløb via mobiltelefonen (Claus Stenholt, Markedschef TDC Mobil og Henrik Egede, Vicedirektør, IT-branchen, 26.03.07). Således krydser den private administration af medieforbruget med det kommercielle markeds age-

ren i forhold til tidligere, hvor den private regulering primært er krydset med en politisk motiveret regulering.

Forholdet mellem unges medievalg og mediemarkedet er et vigtigt tema her. Omsætningen på unges mediemarked udvikles som nævnt i et krydsfelt mellem produktion, markedsføring og marked (behov/præferencer/interesser). De argumenter for medievalg, der ligger implicit i mediebrugen knytter sig til et kompleks af forskellige muligheder og interesser, herunder brugen af medier i sociale kontekster og som væsentlige kilder til information, inspiration og afprøvning i identitetsudvikling. Afhandlingens empiriske undersøgelse viser, at deltagerne er opmærksomme på markeder, såvel i forhold til de kommercielle interesser, som produkternes oprindelse. De er også gennemgående økonomisk bevidste forbrugere, der afstemmer interesse med økonomiske muligheder.

2.3 Unge og ungdom

Afhandlingens fokus er som nævnt relationerne mellem medier, unge og global og lokal orientering. Derfor er det nødvendigt at få afklaret en række spørgsmål i relation til begrebet 'unge' og 'ungdom' for at forbinde de forudgående teoretiske diskussioner om globalisering, lokalisering og medier med de efterfølgende diskussioner af unge som målgruppe for medier, og af deres refleksivitet, identitet og fællesskaber. Desuden skal diskussionen af 'unge' etablere et grundlag for analyserne i afhandlingens empiriske dele. Afsnittet tager afsæt i spørgsmålene: Hvad er ungdom? Hvad vil det sige at anlægge et ungdomsperspektiv i forskningen generelt og i dette projekt specifikt? Hvilke overordnede aspekter kan beskrives som særlige træk ved forholdet mellem unge og medier? Det er ikke ungdommens, ungdomsbegrebets og ungdomskulturens historie¹⁸, der er centrale i afhandlingens kontekst, men ungdom i et nutidigt perspektiv, som kan bidrage til forståelsen af projektets problemkompleks

I det efterfølgende inddrager jeg såvel barndoms- som ungdomsteori vedrørende barndom og ungdom i relation til samfund, modernitet og institutioner såsom uddannelsessystem og forældre, for derefter at afgrænse ungdomsgruppen som begreb og som empirisk størrelse.

Ungdom som begreb

Hvad definerer 'ungdom' udover, at det populært er betegnelsen for en gruppe mennesker, der befinder sig mellem barndom og voksendom? Som udgangspunkt er 'ungdom' et historisk relativt begreb. Erling Bjurström siger i sin gennemgang af begrebet 'ungdomskultur': 'Det er också möjligt att urskilja hur det polysemiska ungdomskulturbegreppet förmedlar skiftande, men också relativt konstanta, innebörder under olika historiska perioder.' I den

¹⁸ En af de bedste og grundigste nyere historiske, teoretiske og forskningshistoriske gennemgange af disse tre sammenhængende fænomener findes i Erling Bjurströms afhandling *Högt & lågt. Smak och stil i ungdomskulturen* fra 1997.

forstand har begrebet ungdomskultur 'fungerat som ett uttryck eller en metafor för olika faser i en långsiktig moderniseringsprocess' (Bjurström 1997:145). Med videnskabeliggørelsen af ungdomskulturbegrebet efter anden verdenskrig skifter opfattelsen af 'ungdom' og 'ungdomskultur' fra en populær metaforisk betydning til også at inkludere en analytisk, deskriptiv forståelse. Den følgende korte gennemgang af hovedtendenserne demonstrerer endvidere, at der sker en vekselvirkning mellem populære, samfundsmæssige diskurser og videnskabelige diskurser.

Biologi er ét grundlag for kategorisering af ungdom. De kropslige, hormonelle forandringer bidrager til, at unges fysiske fremtræden i verden markerer ikke-barn, koblet med psykologiske forandringer. Den kropslige udvikling fra barn til ung markerer nye kommercielle muligheder for afsætning af tøj, sko, parfume, makeup og smykker¹⁹ og for 'salg' af nye rum for kropslig iscenesættelse og - styling, som ungdomsdiskoteker, solarier, fitness-centre. Kombinationen af kropslig udvikling og markedsføring af udfoldelsesmuligheder inspirerer til kropslig selviscenesættelse i såvel fysisk form i offentlige rum og i virtuelle rum via digitale fotos og montager²⁰.

Et andet grundlag for definition af 'unge' er '**social' alder**, som det for eksempel udtrykkes i begrebet 'teenager' – unge mellem 13 og 19 – som en populær afgrænsning af gruppen mellem børn og voksne. Egentlig er der tale om en ret tilfældig sprogligt afledt betegnelse for en gruppe. Men samtidig dækker 'teenage' også perioden fra det tidspunkt, hvor de fleste kommer i puberteten over frigørelse fra familiemæssige rammer og afslutning af folkeskole, til myndighedsalder, afslutning af ungdomsuddannelse og indtræden på arbejdsmarkedet eller i uddannelsessystemet.

Ungdom defineres også ud fra de samfundsmæssigt bindende rammer, der sættes for den enkeltes udfoldelser. Det gælder den kriminelle og seksuelle lavalder på 15 år, der markerer den juridiske grænse mellem barn og ung/voksen. Og det gælder stemmeretsalder og økonomisk ansvarsalder på 18, der markerer forskellen mellem barn/ung og voksen i forhold til fuldt medborgerskab. Unge må have betalt fritidsarbejde fra 13årsalderen, men ikke kreditkort, gæld eller indgå bindende aftaler, hvilket blandt andet er relevant i forhold til mediebrug og kommunikation. Børn og unge under 18 er i vores samtid og samfund juridisk, økonomisk og politisk underlagt voksnes normer og beslutninger. Dette er resultatet af et samfundsmæssigt valg, som udløser det, Bourdieu (1997) kalder social konstruktion af ungdom. Unge kunne sådan set godt deltage i samfundslivet på fuld tid, men dels er der

¹⁹ Umiddelbart lyder det som områder, der særligt interesserer piger, men også de meget unge drenge lægger mange penge til tøj/sko, cremer, deodoranter- og parfumer, hårstylingprodukter og smykker (armbånd, kæder, øreringe, piercing) med mere.

²⁰ For eksempel i chatrum som SKUM og Arto og moblogs som TV2s mobilforum. Dette er et stadig mere udbredt fænomen, men var ikke en valgmulighed i 2000. da projektets empiriske undersøgelse blev gennemført. På det tidspunkt foregik kropslig selvfremstilling især i det fysiske rum, mens sproget var den primære kilde til selvfremstilling på Internettet eller mobilen. Dog har enkelte haft mulighed for at lægge fotos ind på en hjemmeside eller for at bruge webcam også i 2000.

mindre behov for fysisk arbejde i dag end tidligere, dels har samfundet brug for stadig mere veluddannet arbejdskraft. Derfor må unge tilbringe størstedelen af deres tid med at opnå kompetencer til at kunne bidrage med andet end arbejde i McDonalds eller på den lokale tank.

Zinnecker (1995:94) ser et frigørende potentiale i, at børn efter systemets valg er bestemt til at være i en anden kategori end voksne: børn er inden for det, han kalder det kulturelle moratorium

'to a considerable degree, relieved of social duties. In a certain sense, children belong to an idle social stratum. They are cared for by significant others and are free for kinds of 'ostentatious consumption' or cultivated idleness. Within the scope of their playful activities, they are allowed to show 'carefreeness'. This implies that their social environment permits them to live very close to the present. Their most important capital is time, which they have, at certain hours and, to a larger extent than an average adult, at their full command.

Beskrivelsen gælder også de yngste unge. Alligevel har unge både rettigheder og pligter. For det første er de i gang med en frigørelsesproces, der efterhånden giver dem ansvar for eget liv og egne beslutninger og som muliggør kulturelle og sociale valg, der i høj grad har indflydelse på deres udvikling af identitet. Zinneckers udsagn modificeres endvidere af, at de fleste unge mellem 13 og 18 har en eller anden form for fritidsarbejde for at tjene penge til realiseringen af ungdomslivet. Således har også de yngste unge betydelig indflydelse på det kommercielle marked for underholdningsindustri, mode og mad.

For det andet er der samfundsmæssigt fokus på unges rettigheder og på deres aktive medvirken i demokratiske processer. En del unge vælger for eksempel at deltage i ungdomspolitiske bevægelser eller interessegrupper. Livingstone mener i overensstemmelse med Giddens, at 'sen-modernitetens' forandrede institutioner i særlig grad har betydning for børn og unge, fordi

these historical processes of late modernity have resulted in a crucial reconsideration during the twentieth century of their status as citizens within Western societies. Most notably, the UN Convention on the Rights of the Child ratified a wide range of children's rights, although this stress on children's rights is paralleled in other spheres by a growing perception of children as market.

(Livingstone 2002:16)

Om unges placering i systemet, først og fremmest i forhold til skole og uddannelse, siger Qvortrup:

There are undoubtedly many overlaps between childhood and youth as social categories, and the question is which legal or cultural factors define the borderlines between these age groups (and to what extent they possess defining power). In practical terms, one could define the end of compulsory schooling as the boundary line between childhood and youth, because from this point onwards, young people acquire

*rights to make decisions about their lives and practices. This is the definition used in my own research.*²¹

(Qvortrup 1995:15)

Qvortrups definition er holdbar i forhold til valg af uddannelse, lærepladser og arbejde efter afsluttet folkeskole, hvis 'rights' forstås som medbestemmelse, hvor forældrene i sidste ende kan bestemme, indtil barnet fylder 18 år. I forhold til seksuel lavalder og strafbarhed går skellet ved det fyldte 15 år. Men i forhold til at have opnået rettigheder til at tage beslutninger om eget liv og egne praksisser socialt og kulturelt begynder frigørelsen for de fleste unge danskere noget før 15-16 års alderen.

Samtidig satses der på børn og unge ud fra forventninger om deres fremtidige produktive deltagelse i samfundet, og følgelig investeres der i børns og unges uddannelse, sundhed, kulturelle og sociale aktiviteter. Endvidere er der i løbet af de seneste 30 år²² sket en udvikling indenfor pædagogik, undervisning og kulturliv, der ser børn og unge som aktive, selvstændige mennesker, som skal respekteres på lige fod med voksne og som aktører af ligeværdig betydning i sociale og kulturelle processer. Den norske børnemedieforsker Karin Hake (1999) mener, at der er sket et paradigmeskift²³ i synet på barndommen - et paradigmeskift, som har sin parallel i synet på ungdom.

Med de stadigt mere flydende grænser mellem barndom, ungdom og voksendom kan man diskutere, hvorvidt man kan eller skal opretholde forestillingen om en aldersbetinget, socialt og kulturelt defineret afgrænsning af en befolkningsgruppe som 'unge'. Også Kirsten Drotner påpeger vanskelighederne i at definere ungdom entydigt som begreb fordi 'billedet af denne ungdom skifter, alt efter, om vi fokuserer på sociale og måske økonomiske forhold eller på kulturelle og psykologiske problemstillinger og alt efter, hvilke grupper af unge, vi interesserer os for' (Drotner 1999:18). Ungdomsbegrebet er med andre ord i stadig bevægelse/forandring/udvikling, men samtidig findes der, med Drotners ord 'unge til enhver tid'.

Med udgangspunkt i et historisk perspektiv er det rimeligt at fastholde ungdomsbegrebet. En af de forståelser af ungdom, som har været ganske stabil gennem modernitetens historie og som i høj grad eksponeres i medierne, er forestillingen om unge som eksponenter for forandring og fremtid (Fornäs 1994:13). Social forandring og unges liv hører sammen (Chisholm 1995:23). Drotner forsætter tankegangen med at fastslå, at 'ungdommen ... til stadighed [er] blevet opfattet som et krystalliseringspunkt for bredere sociale – og jeg vil

²¹ 'Compulsory schooling' betyder den lovpligtige skoletid, hvilket i Danmark vil sige til og med 9. klasse, hvor eleverne oftest er 15-16 år gamle.

²² Med for eksempel udgivelser af Erik Erikson 1968, Thomas Ziehe, 1975, 1982 og 1989), Dick Hebdige 1979, Seymour Papert 1980, Neil Postman 1982.

²³ Hakes anvendelse af begrebet 'paradigmeskift' relaterer som nævnt til et metodologisk perspektiv. Dermed er denne fremstilling ikke parallel til den diskussion af nye paradigmer i ungdomskulturforskningen, som blandt andet er introduceret med anvendelse af Habermas' moderniseringsteori, som fremstiller forholdet mellem systemverden og livsverden, Foucaults diskurs- og magtteorier, der har perspektiveret opfattelsen af vidensproduktion, samt Bourdieus empirisk baserede teorier om sociale og kulturelle magtpositioner, der har sat fokus på kulturel differentiering i ungdomskulturerne og på primær og sekundær socialisering. Blandt andet diskuteret i Bjurström 1997.

tilføje kulturelle – processer. Samtidig er medierne blevet de måske vigtigste kilder til at formidle og tolke disse processer, så vi kan håndtere dem og handle i forhold til de modsætninger, de ofte afføder.' (Drotner 1999:14).

I forlængelse af forestillingen om ungdom som forandringspotentiale er ideen om ungdom som ideal indlejret, men i den perfekte version, hvor fysisk ungdom og skønhed i forening med fremtidsmuligheder/valgmuligheder og frigjort/'uansvarlig' livsstil²⁴ garanterer et lykkeligt liv.

Til forestillingen om ungdommen som "mulighedernes land" hører æstetisering af ungdom, som vi møder den i diverse fiktive fremstillinger fra reklamer til tv-serier, film og musikvideor og livsstilsmagasiner. Til forestillingen om unge 'i moderniteten' som garanterer for fremtid, forandring/fornyelse hører også det lystfyldte såvel i form af kropslig sanselighed som til umiddelbar nydelse af tilværelsens æstetiske, kulturelle og sociale muligheder. Set i voksendommens erfaringsbakspejl er der vel ofte ikke alene tale om en forestilling om ungdommens lyksaligheder, men om reelle potentialer, trods overeksponering i medierne og en tendens til romantisering af ungdomstidens ansvarsfrihed på alle niveauer. Heroverfor skal imidlertid sættes de vanskeligheder, unge som oftest må se i øjnene på deres vej til voksendom, fra den biologiske udvikling over ændrede samfundsmæssige og familiemæssige krav og forventninger til en vanskelig erkendelsesproces om egne potentialer i forhold til de ydre og egne forventninger. 'Også ungdommen opfattes gennem fornyelsens optik. Siden Romantikken er ungdom blevet defineret som symbol på forandring og ofte smertefuld transformation...' (Drotner 1999:12). Erkendelsen af 'smertefuld transformation' er en dimension af 'ungdom' som forandringspotentiale, der optræder som tema og motivation i fiktionshistorier om og til unge²⁵ sammen med fremstillingen af ungdommen som den gyldne tid, hvor nye muligheder og oplevelser giver løfter om et godt og lykkeligt liv. Transformationsprocessen på godt og ondt bliver i den forstand væsentlig for identitetsudviklingen. Man kan jo diskutere om ikke valget af selve ordet 'transformation' indikerer, at der sker et skift fra en tilstand til end anden, til et endemål, det vil sige at blive voksen, og om ikke dette står i modsætning til opfattelsen af moderne ungdom men også moderne liv generelt som baseret på uendelige valg, skift, redefineringer, og forandringsprocesser. Jeg har imidlertid valgt at fortolke 'smertefuld transformation' som en stadig, livslang proces, der almindeligvis går langsommere med alderen, og med udviklet erfaring, refleksionsniveau og

²⁴ 'Livsstil' som begreb stammer fra Max Weber, men defineres i en mere nutidig kontekst således af Giddens: 'A lifestyle can be defined as a more or less integrated set of practices which an individual embraces, not only because such practices fulfill utilitarian needs, but because they give material form to a particular narrative of self-identity' (Giddens 1991:81). Henrik Dahls definition ligger tæt opad: 'Livsstil er de typiske måder, hvorpå mennesker ... systematiserer deres livsførelse, eller for at sige det samme med lidt andre ord: 'De karakteristiske måder, hvorpå livssynet farver hverdagen og de valg, vi træffer'. (Dahl 1997:27).

²⁵ For eksempel i medieproduktioner, som deltagerne i min undersøgelse, har set eller hørt: film som *10 Things I Hate About You*, *American Pie* (1), *Kærlighed ved første hik*, og tv-serier som *Beverly Hills*, *Rosswell High*, *Sabrina, skolens heks*, og musik som *5ive*, *Celine Dion* og *Michael Jackson*. Alle sammen især foretrukket af piger.

emotionelle styringsmekanismer. Transformationen er potentielt mest smertefuld i teenageårene, fordi fysiske, sociale og identitetsmæssige forandringer, ydre og indre krav og valg og usikkerheder og manglende erfaring falder sammen i denne periode.

Forskningen om barne- ungdoms- og voksenliv som kontinuerligt identitets- og livsstilsprojekt har været uløseligt knyttet til modernitetsteori som eksponeret af Giddens (1991), Bauman (2000 og 2003) og andre. Moderniteten stiller store krav til den enkeltes evne til at foretage valg og fravalg. Denne 'activation of the individual is, at present, labelled a process of "individualisation', (Beck 1986), 'which equally applies to children as well as adults and young people' (Zinnecker 1995:94). Det individuelle identitets- og livsstilsprojekt udløser, befordret af mediernes tilbud, ambitionen, drømmen om at være noget særligt, gøre en forskel, være synlig. Medierne ikke alene befordrer drømmen, men bliver også midlet til realiseringen, hvilket er en del af forklaringen på, at så mange tusinde unge og ældre melder sig til utallige reality-shows, hvor præmien i højere grad er eksponering end guld. Kombinationen af modernitetens kompleksitet, individets uendelige valg og ambitionen om synliggørelse er et uomtvisteligt generelt iagttageligt fænomen, og teorien om modernitetens vilkår fungerer på et metaniveau. Mange unge drømmer imidlertid om en forudsigelig fremtid: en rimelig uddannelse, et godt og overskueligt arbejde, en god familie med far, mor og børn, et godt lille hus med have, tryghed, sikkerhed, uforanderlighed, og med identiteten forankret i rollen i familien, på arbejdet og som lokal medborger (Stald 1997, 1998 samt ikke publicerede resultater fra undersøgelse 1996-1999 af børns og unges mediebrug, og fra afhandlingens undersøgelse²⁶). Drømmen kommer måske til at konflikte med de muligheder, det moderne samfund og dominerende kulturelle og sociale trends giver, og med de fremstillinger af det gode liv, som medierne præsenterer. Måske udløser konflikten oprud på et tidspunkt i tilværelsen for den enkelte. Men det er væsentligt at fastholde, at modernitetens konsekvenser ikke er entydige for alle.

Ungdom som praksis

Det foregående afsnit har identificeret forskellige dimensioner af begrebet ungdom. Som analysefelt er det imidlertid hensigtsmæssigt også at definere ungdom som praksisser ('opførelse'), herunder livsstil. Praksisser skal i denne sammenhæng forstås som udtryk for en social konstruktion af fælles handlemåder og handlemuligheder, værdier og normer. I den forstand trumfer kultur og socialitet biologisk alder og juridisk afgrænsning af ungdom.

Last but not least, the intergenerational perspective is relevant for a comparison between childhood and youth, to the extent that both are seen as 'age-groups', even if the age-factor as such must be of secondary importance to social factors, which then correlate with age.

(Qvortrup 1995:14)

²⁶ I undersøgelsen fra 1996-99 deltog også forældre. Mange gav udtryk for den samme drøm om det stilfærdige, trygge liv i det gode land, Danmark. Da disse data ikke er undersøgt mhp denne problemstilling, kan det imidlertid ikke fastslås, i hvor høj grad disse normer overføres direkte til børnene.

Hvis man går ud fra praksisser som grundlag for en definition af ungdom opstår der vide rammer for begrebet såvel som ambivalenser i analysefeltet. Man kan tale om 'påtvunget', 'antaget' eller 'tilstræbt' ungdom, som delvis bestemmes af ydre faktorer – i forholdet til det modsatte køn eller på arbejdsmarkedet.

Livsstil kan, som vi så i foregående afsnit, note 24, defineres som individets kombination af mere eller mindre integrerede praksisser. Livsstil er både forankret i den kulturelle kapital, man bærer med sig, og i de sociale relationer, man former sine handlinger og holdninger efter. Livsstil skal imidlertid også forstås som udtryk for hverdagslivets rutiner, resultatet af de valg, der til stadighed træffes. Eftersom medier har en fremtrædende plads i unges hverdagsliv, bliver de på én gang vejen til livsstilsvalg og udtryk for livsstil. Henrik Dahl mener, at livsstil dels kan beskrives som en systematisering af livet, som den kommer til udtryk i et bestemt praksisfelt, dels at livsstilen er resultat af hverdagslivets cykliske karakter (Dahl 1997:17-18). I ungdomskulturerne kan der også være tale om flere samtidige livsstile, som ikke har klare grænser. Det vil sige, at man kan vælge forskellige sæt af livsstilsudtryk i forskellige praksisfelter, for eksempel skole, familie/hjem, sportsklub. Typisk vil grænserne mellem disse livsstile ikke være klare.

Henrik Dahls model handler ikke om enkelte mennesker (om end hans empiri baserer sig på individers deltagelse), men om idealtyper, typiske mønstre. Så man skal altså ikke regne med at kunne få teorien til at passe på de individuelle deltagere i en undersøgelse. På tværs af undersøgelsen kan man sige, at for de yngste i undersøgelsen udtrykker afprøvnings af livsstilsudtryk i høj grad en søgen efter holdepunkter, markører for identitet og fællesskaber, hvor livsstilsmarkørerne kastes ud i verden i en stadig test af responsen, der kan bekræfte eller afkræfte at man er på rette spor til fællesskaber og social og kulturel identitet. For de ældste i undersøgelsen er livsstilsudtrykkene begyndende tegn til 'varige' præferencer og stil, der skal udtrykke: 'sådan er jeg', som det jævnligt siges i undersøgelsens interviews. Livsstilsmarkørerne bruges fortsat til test af ens position i et socialt og kulturelt system, men der er tydeligere tale om bevidste valg og udtryk.

Thornton opererer med tre overordnede, overlappende distinktioner i forhold til livsstil: autentisk versus falsk, 'hip' versus 'mainstream', 'underground' versus medierne (Thornton 1995: 3n-4ø). Hun diskuterer ud fra de samme begreber som Bourdieu, når hun taler om autenticitet, og om, hvordan adskillelsen mellem 'hippe' klubkulturer og 'mainstream' i virkeligheden drejer sig om at skelne mellem sociale grupper (Thornton 1995:5ø). Det behøver imidlertid ikke kun være et fænomen, der optræder mellem distinkte (sub)kulturelle positioner og globale, populære mainstream fænomener. Internt i forskellige kulturelle positioneringer, hvor man må sige, at deltagerne i undersøgelsen kollektivt set befinder sig i den meget bredt definerede gruppe af almindelige unge mediebrugere, opstår der polariseringer og afgrænsninger af autenticitet. Grupperne er meget hurtige til at definere 'stil' og æstetiske udtryk som hørende til den ene eller anden undergruppe i mainstreamkulturen.

Mediepræferencer indgår i denne markering. Grænserne er ikke nær så synligt definerede som for eksempel mellem Thorntons rave-kulturer og 'almindelige' unge, men de ses, for eksempel i forhold til mønstre for præferencer. Musik er en central kulturel form: "One of the ways in which youth carve our virtual, and claim actual, space is by *filling* it with *their* music" (Thornton 1995: 19). Et eksempel ses af tegningen i figur 3 herunder, hvor Jeppe's musikpræferencer tydeligvis markerer en stil og et særligt rum for udfoldelse, jf. Thornton.



Figur 3. Jeppe, 6. klasse

Denne tegning er en af 102 tegninger fra undersøgelsen *Børn og unge foran skærmen* fra 1997 (Stald 1997).

Dateringen ses måske mest af titlen på gruppen, der sender høj musik fra den norsk/svenske metal-rap gruppe *Clawfinger* lyd ud af højttalerne og får Jeppe til at skate i fuld fart hen over siden. Tegningen demonstrerer, at der er paralleller mellem mediebrug og ungdomskultur i de to perioder, trods forestillingen om hastige skift i trends og subkulturelle udtryk (beskrevet i dette kapitel). *Clawfinger* blev oprettet i 1993 og eksisterer stadig med pæn succes i særlige grupper. Skaterkultur og hiphop musik er fænomener, der har overlevet andre skift i markante ungdomskulturer og deres æstetiske praksis.

Også indre faktorer påvirker, hvordan ungdom opfattes som idealet: den lykkelige tid, hvor man er gammel nok til at have det sjovt, ung nok til at være (relativt) uafhængig og ansvarsløs og attraktiv nok til at føle selvværd i forhold til det modsatte køn og på arbejdsmarkedet. Såvel de ydre som de indre faktorer forstærkes af gruppefaktoren - venner, forældre, søskende. Nogle forældre udtrykker for eksempel stolthed over 'modne', selvstændige børn og dyrker deres små voksne, mens andre tilstræber at fastholde børnene i børnenes rolle langt op i voksenalderen eller i en livstid. Vennegruppen eller – grupperne er indflydelsesrig, for eksempel omkring, hvornår legetøjet gemmes væk og værelset indrettes som ungdomsværelse, i forhold til tøjpræferencer, musiksmag, film- og tv(serie)valg, og ikke mindst i forhold til sprogbrug, sociale interaktionsformer og kulturelle udtryk. Trendsetterne i en gruppe dominerer hastigheden og retningen af udviklingen i en gruppe, selvom det nogle gange kan være vanskeligt at se, hvad der sker, og hvem der har indflydelse på hvad, fordi det går vældig stærkt og simultant i forskellige sammenhænge. Ældre søskende, der er tæt på den wannabe/newbie-unge²⁷, påvirker også ofte udviklingen ved at videregive erfaringer og holdninger, der så tilpasses de yngres særlige udtryk og tid. Selvom et par år kan gøre en væsentlig forskel i betydningen af kulturelle og sociale og æstetiske udtryk og præferencer, er søskendes videreformidling af erfaring alligevel i høj grad med til at forme de yngre søskendes indtræden i ungdomsverdenen.

Ifølge Henrik Dahl kan 'livsstil' defineres som både dybde og overflade, hvor de synlige, strategisk valgte, skiftende livsstilsmarkører for de store grupper af unge (ikke eksplicit subkulturelle) kan siges at følge de **trends**, der lægges ud i en ikke-defineret koalition mellem producenter og trendsættere. Trends opstår især i forhold til popularisering af produkter og udtryk. Det er jagten på det unikke udtryk, som nødvendigvis til stadighed må foregå, fordi trends afmattes, så snart de populariseres. Derfor er producenterne også stærkt interesserede i afdækningen af, hvad der skaber trends.

Medierne indgår i en symbiotisk alliance med andre kulturelle udtryk for livsstil på overfladen og bidrager til den enkeltes og gruppens 'iscenesættelse' i forhold til andre. Trends kan både defineres i forhold til 'livsstilspakker' og i forhold til enkelte fænomener, hvilket i forhold til afhandlingens fokus for eksempel kan være at vælge bestemte mobiltelefonmærker, se en bestemt type tv-serier, lytte til en bestemt musikgenre. I nogle tilfælde opstår der globale trends, hvor for eksempel en bestemt stilart eller genre optræder globalt. Et godt eksempel er hiphop-kultur. Det er imidlertid interessant, at disse trends med deres globale afsæt omsættes og udtrykkes i lokale kontekster, så japansk, dansk og amerikansk rap, selv med intentionen om at finde ind til det originale udtryk, fremtræder forskelligt.

²⁷ Ses også stavet 'wannabee' henholdsvis 'newbee'. Betyder en der efteraber, stræber efter at blive som et forbillede eller få samme kompetencer henholdsvis nytilkommer til et interesseområde, fællesskab, kulturelt rum, hvor normer, koder og kompetencer skal tillæres, før man bliver fuldgældig deltager/medlem.

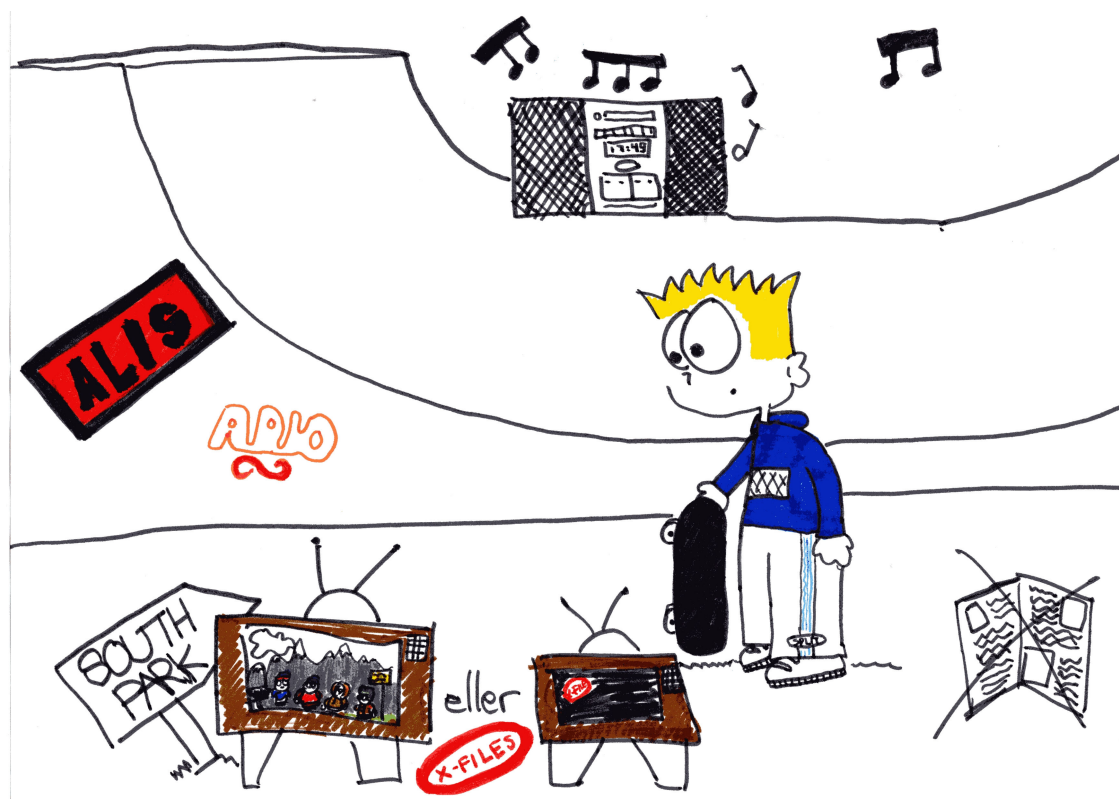
Selvom begrebet 'trend' er opstået i og primært anvendes i kommercielle sammenhænge og markedsføringsstrategier, er trend-dannelse ikke ganske begrænset til kommercielle produkter og fænomener. Trends kan dels opstå ud fra samspillet mellem brugere og andre producenter/leverandører, som for eksempel public-service radio/tv, web-sites, musik for musikkens skyld, politiske bevægelser, undergrundskultur, der populariseres. Det kan være svært at definere klare grænser. Dog sker der som oftest det, at nogen får øje på en ny trends kommercielle potentialer og så systematiserer markedsføringen af denne trend.

I populariseringsprocessen af trends anvendes der forskellige greb. Det kan for eksempel være branding af bestemte produkter eller fænomener, på en måde, der refererer tilbage til målgruppens selvforståelse og livsstilsvalg. Pointen er, at der skal *associeres* bestemte ting med diverse mærker/produkter/udtryk på en måde, så det passer ind i en bestemt livsstil. Branding af medieprodukter, kunstnere, grupper, producenter, serier, kanaler, kommunikationskanaler, mediemærker og så videre. Blandt en stor del af deltagerne i undersøgelsen lader det til, at 'Hollywood' er et af de stærkeste og mest stabile brands. Dertil kommer en række andre fra Nokia-mobiler, til tv-serien 'Friends' til sangeren Michael Jackson og computerspil fra Electronic Arts. Brandingen vedrører det, der ligger ud over selve produktets/fænomenets indhold og funktion, og som indgår i det samlede livsstilsudtryk (Arvidsson 2006).

Tegningen i figur 4 herunder af Bart Simpson klonen Jesper er et oplagt eksempel på, hvordan globalt producerede produkter og trends og stil blander sig med dansk ungdomskultur og lokalisering. Stilen deles med andre globalt, idet udtryk (inkl. sprog) og æstetik importeres og omsættes. Skaterkulturen har på et tidspunkt været oppositionel og subkulturel, men på det tidspunkt, hvor Jesper tegner, er der sket en popularisering og kommercialisering af de særlige udtryk, der kendetegner skaterkulturen. Tegningen viser også den kombination af objekter og udtryk, der af Thornton med reference til Levi-Strauss betegnes således: "Bricolage is used to describe the process in which objects acquire new meaning through recontextualization" (p.197^ø). Rekontekstualiseringen sker dels gennem integrationen af de foretrukne tv-serier i livsstilsdemonstrationen, dels gennem den 12årige drengs antagelse af skaterkulturen og dens oprindelige markører (f.eks. mærket Alis) i sin identitetsøgen²⁸. I et efterfølgende afsnit i dette kapitel vender jeg tilbage til diskussionen om trends og stil, men specifikt i forhold til identitetsdannelse.

Betydningen af **smag** er fortsat central i ungdomskulturelle sammenhænge og i forhold til unges medievalg. Selvom der tegner sig mønstre på tværs af baggrund (social, kulturel, geografisk), er variationen i valg og præferencer betydelig mellem forskellige grupperinger og individer. Selvom bestemte serier, filmstjerner, musikere, genrer, mærker og så videre

²⁸ Man kan selvfølgelig ikke uden videre tillade sig at hævde, at en 12årig ikke kan være integreret i skaterkulturen, og at Jesper bare adapterer udtryk, som han kan bruge i sin selvfrestilling overfor andre. Men i dette tilfælde giver det samlede billede fra interview samt tegningen dog det indtryk, at Jesper forsøger sig med livsstilsudtryk, som han mener, kan profilere ham stærkt i gruppen.



Figur 4. Jesper B, 6. klasse

Denne tegning er én ud af 64 tegninger, som er fremkommet fra projektets empiriske undersøgelse. Om disse og om tegningernes status i afhandlingen se afsnittet "Afhandlingens datamateriale" s.20. Se desuden afhandlingens kapitel 3, "Metodologi og anvendte metoder."

Generelt er deltagerne i undersøgelseerne meget bevidste om, hvordan og hvorfor trends opstår og skifter – de forstår både de kommercielle kredsløb og de kulturelle kredsløb. Mange har tegnet scenarier, der dækker denne dualitet, som f.eks. drengen her. Hans Bart Simpson look-a-like figur (ikke ulig hans real-look og facon) optræder i skateromgivelser (tøjet, banen, skateboardet, ghettoblaster, graffiti, Alis = skatertøj og - produkter) men knyttes sammen med mediebrugen (eller omvendt), hvor kultserien South Park og sci-fi-serien X-files kædes sammen med den allestedsnærværende musik (øverst i billedet) og fravalget af avislæsning. Den frie komposition går igen i mange tegninger, der frigør sig fra streng realisme og hellere vil give et kompleks billede af ungdomskultur og mediebrug. Budskabet om indholdspræferencer understreges af tekstskiltene, der refererer direkte til skilte og stil i de to tv-serier.

er populære bredt set eller i grupper, er variationen og de æstetiske præferencer og udtryk mangfoldige på personniveau. Ifølge Bourdieu er smag et overordnet begreb for livsstil og kulturelle præferencer. Han mener i modsætning til tidligere teorier, at smag er tillært²⁹ eller ligefrem nedarvet gennem den sociale kapital, man vokser op med og som skal ses i sammenhæng med den sociale og økonomiske baggrund, man har, og som er med til at placere én i et samfundsmæssigt hierarki. Han mener, at den gode smag er en 'indlært', kultiveret, æstetisk disposition fra især skole og familie. Der foretages situationsbestemte strategiske valg eller vurderinger foretaget af mennesker i bevægelse, hvor normer og muligheder er i forandring. Dette er det fænomen, som Bourdieu betegner 'Habitus'³⁰ (Bourdieu 1984). Bourdieu definerer mere præcist smag således:

Taste, the propensity and capacity to appropriate (materially or symbolically) a given class of classified, classifying objects or practices, is the generative formula of life-style, a unitary set of distinctive preferences which express the same expressive intention in the specific logic of each of the symbolic sub-spaces, furniture, clothing, language or body hexis. Each dimension of life-style 'symbolizes with' the others, in Leibniz's phrase, and symbolizes them.

(Bourdieu 1984:173).

Smag er også afsmag, eller måske snarere, ikke-smag. Det vil jf. Bourdieu sige forkastelse af de udtryk og præferencer, der ikke kan rummes inden for vores eget uddannelsesniveau og egen sociale gruppe. Samtidig kan man sige, at vi alle, måske i særlig grad unge, er tidstypiske i vores historisk bestemte smagsdistinktion. Specielt denne sidste betragtning er måske argumentet, der muliggør en kobling mellem Bourdieus teori, der bygger på studier fra 1960'erne, og ungdomskulturer år 2000. Ifølge Kirsten Drotner er der i dag tale om 'cross-over-cultures', hvor netop smagshierarkierne opløses i kraft af, at unge har adgang til diverse kulturelle oplevelser, information og kommunikation på tværs af sociale og kulturelle forskelle (Drotner 1996), og hvor voksne tager ungdomskulturelle fænomener og produkter til sig. Det, må man sige, er et udbredt tidstypisk træk. I forestillingen om cross-over-cultures opløses den sædvanlige opdeling i det, Bourdieu betegner som praksislogikker: den gode smag (den æstetiske dimension) og den dårlige smag (fravær af æstetisk disposition), hvor den gode smag bestemmer den dårlige. Det vil sige, at alle kulturelle udtryk, alle præferencer og alle anvendelser er ligestillede i vurderingen af deres værdi i de ungdomskulturelle kontekster.

Spørgsmålet er imidlertid, om det er tilfældet, i hvert fald i gennemgående (udfoldet) form? Gennemgående går unge principielt ind for alle udtryks og præferencers lige gyldighed,

²⁹ Af forældre eller skole. Derfor er det af betydning, hvilken skole man går på i hvilket område, hvilken uddannelsesmæssig og social baggrund forældrene har og hvilke præferencer og æstetiske praksisser, de repræsenterer. Man kan tilføje, at venner har stor betydning for 'opdragelse' i smagsfællesskaberne, så gruppernes individuelle deltagere forsøger at tilrette sin individuelle smag til gruppens samtidig med, at den (ubevidst) er i overensstemmelse med forældrenes. Dette er en af overvejelserne bag inddragelsen af elever fra meget forskellige dele af Danmark i den empiriske undersøgelse.

³⁰ Habitus = generelt: beskaffenhed lat., forfatning, ydre præg, åndelig holdning, indre beskaffenhed.

men i praksis vælges i høj grad strategisk i forhold til positionering i gruppen og i en samfundsmæssig, kulturel kontekst. Principielt set er der altså ikke tale om smagshierarkier, i praksis er der. Man kan måske samtidig tale om horisontale positioneringer i smagsfællesskaber, hvor præferencer og udtryk for smag (hvilken musik lytter man til, hvilke film ser man, hvilke spil spiller man, følger man med i nyheder og hvor?) er med til at positionere en gruppe i forhold til andre. Holdninger markerer dels reelle præferencer, men er også udtryk for en positionering i forhold til forskellige ungdomskulturelle udtryk. Stærke eller distinkte smagsfællesskaber står stærkt i positioneringen i ungdomskulturene. Samtidig stiller en stærk positionering også store krav til stadig opdatering af de æstetiske udtryk og tilpasning til fornyelse, integration mellem udtryk, tilpasning til nye aldersgrupper. Det går stærkt i ungdomskulturene, og det kræver overblik og omstillingsevne at være opdateret.

Der er sammenhæng mellem tværgående trends i ungdomskulturelle kontekster, livsstil, smag og de valg, der foretages, og Bourdieus differentiering mellem 'stil' og 'smag' og 'trends' anvendes ikke uden grund ofte i ungdomskulturforskningen. Man kan sige, at disse træk ved ungdomskulturene er flere sider af samme sag, nemlig selvfremsættelse, selvforståelse og social accept, som fylder meget for især den gruppe, projektet undersøger. Henrik Dahls udgangspunkt for at diskutere livsstil er også Bourdieu, men med vægt på den sociologiske tilgang. Han er ikke så interesseret i god og dårlig smag, som i, hvordan vi via vores livsstil udtrykker social og kulturel diversitet. Man kan tilføje, at vi udtrykker kollektiv social og kulturel identitet gennem livsstil. Her spiller mediebrugen både i form af informationskilder, oplevelseskilder og kommunikationskanaler en afgørende rolle for den kollektive tilpasning af genkendelig ungdomskultur og social normativitet i især den lokale kontekst.

Sarah Thornton peger på, at Bourdieu bevæger sig væk fra den sædvanlige vertikale inddeling i klasser i forhold til definition af 'smag' og i stedet opererer med "a highly complex multidimensional space" (Thornton 1995: 10n). Hun diskuterer også, hvorvidt man kan overføre 'god' henholdsvis 'dårlig' smag, som det fremstilles i Bourdieus makrosociale perspektiv, til ungdomskulturer, for eksempel inden for mindre grupper (i klassen, nabolaget, klubben) og mellem smagsgrupper eller for eksempel i smagsfællesskaber. Det er det, Thornton gør, når hun analyserer klub-kulturer som smags-kulturer, der huser 'ad-hoc-fællesskaber' (ibid.:3). Hendes input til afhandlingen, er dels, at hun beskæftiger sig specifikt med smag i ungdomskulturer (som Bjurstrøm), dels, at hun analyserer hierarkier *indenfor* populær kultur, ikke *mellem* fin- henholdsvis populærkultur (ibid.:7n), dels, at hun understreger betydningen af at se på unges mediebrug: 'I would argue that it is impossible to understand the distinctions of youth cultures without some systematic investigation of their media consumption' (ibid.:13n). En af hendes pointer er, at smag stadig er defineret af kulturel distinktion, men i højere grad som den kommer til udtryk i subkulturelle fænomener. Ifølge Thornton er klubber og rave-ideologier næsten lige så anti-massekulturelle som kunstverdenen.



Figur 5, Andreas, 9. klasse.

Denne tegning er en af 102 tegninger fra undersøgelsen *Børn og unge foran skærmen* fra 1997 (Stald 1997).

Tegningen bidrager med en realistisk afbildning af et værelse med såvel medier og møbler som diverse personlige genstande. Sammenholdt med informationerne fra det individuelle interview med beboeren giver tegningen et meget sammensat billede af Andreas, hans smag og de rammer, han har for sine udfoldelser. Andreas fortæller, at han er meget stor fan af tysk avantgarde punk, og han har en hel reol fyldt med cd'er, der repræsenterer grupper og solister, som jeg som interviewer ikke har hørt om. Denne musik fylder rigtig meget i Andreas' liv og akkompagnerer mange aktiviteter. Andreas selv og hans værelse ser imidlertid alt andet end punkede ud, men afspejler snarere stilen i hjemmet i almindelighed. Dog kan hans Edvard Munch plakat måske tolkes som et udtryk for de samme indekstængte følelser som dele af punkmusikken fremstiller.

De personlige ting som sportspræmier, babushkaen og sjove flasker er imidlertid pænt stillet op. Interessen for punk-musik er altså ikke nødvendigvis udtryk for oprør men en personlig musikalsk interesse, der stikker dybt.

På tegningen ligger BT på gulvet, men Andreas siger, at han meget hellere ville have, at hans forældre holdt en ordentlig avis med mere baggrundsstof og mere seriøs nyhedsdækning. Tegningen og interviewet i fællesskab repræsenterer en typisk balance for de unge i mine undersøgelser: de er ved at finde deres egen stil i forhold til egne interesser og i forhold til den eller de grupper, de identificerer sig med, men de er også forbundne med og påvirkede af forældrenes kulturelle og sociale baggrund og af de normer, der gælder i familien.

Tidlig ungdom i egen og andres opfattelse er det logiske resultat af, at barndommen slutter tidligere i moderniteten. Zinnecker påpeger, at barndom tidligere blev

regulated by local milieu, neighbourhood and parish; under modern circumstances, cultural markets and service industries have taken over their roles. Leisure and cultural service industries, which are the new regulating agencies of this stage of life, enable children to adopt independence early.

Zinnecker 1995:87

Der er imidlertid tale om relativ uafhængighed, som for eksempel i forhold til kulturelle udtryk og koordinering af hverdagslivet, til selv at bestemme hvad man gør hvornår, hvilke medier, man bruger hvornår, og hvilket medieindhold, man bruger. Dette giver naturligvis børn og unge adgang til en erfaringsverden, som ikke nødvendigvis deles eller kendes af forældre. Forældre mener måske, at den unge er i opposition og 'sådan er det jo', fordi man klæder sig anderledes, taler anderledes med hinanden, har andre præferencer. Den unge giver måske udtryk for, at forældrene er rimeligt kedelige og gamle, og at de selv vil være anderledes. Der opstår i ungdomskulturen nye kontekster og praksisser og forståelser, nye kommunikations- og medieringsformer, som også får indflydelse på de unges erfaringsverden. Set i et historisk perspektiv er unge altid anderledes end samtidige voksne, fordi deres livsverden er anderledes, men samtidig er unge i forhold til deres identitetsprojekt, erfaringsniveau og samfundsmæssige placering overordnet betragtet ens med unge i andre perioder i moderniteten. I en Ziehe'sk modernitets-optik oplever unge en kulturel frisættelse, der giver dem både valgmuligheder og valg-nødvendighed i forhold til fremtidig livsbane. Jens Qvortrup finder en øget selvbevidsthed hos moderne børn og unge og begrundet dette med vore hastigt foranderlige livsbetingelser såvel i forhold til den måde, vi indretter os på i dagligdagen, som kulturelt og bevidsthedsmæssigt:

The individualisation processes that underlie these developments are no longer phenomena that can be reserved for adults; children, too are, while acting outside the home, representing themselves more than their family. Even if parents would wish to, they can no longer be with or control their children most of the time - neither in temporal, spatial or physical terms, nor in symbolic terms, since parents themselves eventually lack command over modern cultural artefacts and experiences (such as for instance computers, teaching materials or codes for peer-group behaviour and relationships).

(Qvortrup 1995:12)

Det er spørgsmålet, om det er rigtigt, at forældre ikke kan kontrollere deres børns udfoldelser, eftersom børnene er afhængige af forældrene. Men kontrollen kan i hvert fald ikke effektueres fuldt ud uden radikale restriktioner og begrænsninger og uden at fjerne børnene fra diverse institutioner. Så i realiteten er konstateringen af, at for eksempel computere, undervisningsmateriale og sociale koder ikke kan kontrolleres, troværdig.

Den kulturelle frisættelse afstedkommer ambivalenser, der er knyttet til modsætningsforholdet mellem muligheder, valg og forventninger, og ikke mindst usikkerheden i forholdet

mellem de valg, der foretages og udfaldet af disse. Men selvom man kan tale om strukturelle forandringer i de måder, hvorpå unge forholder sig til fortid, nutid og fremtid og om opløsning af traditioner, der i tidligere tider har bundet unges valgmuligheder, ses samtidig en stadig reproduktion af normer gennem erfarings- og holdningsformidling fra voksne til unge, ikke mindst fra forældre til børn/unge. Også Livingstone (1998:442) påpeger, at 'claims for a radical break with tradition are overstated', men at man ikke kan se bort fra netop hverdagslivets kontekstuelle trends i en tid, der karakteriseres af social forandring.

De fleste forældre har en central rolle i unges liv som garanter for levestandard, men også for idealer og påskønnelse i baglandet. Det er således tydeligt, at unge formes betydeligt mere af deres baggrund og af forældres erfaringer, holdninger og normer, end de unge vil indrømme, og forældrene tror.³¹ Derfor må forskellige medierede erfaringer i de enkelte unges udvikling og erfaringsverden også vurderes i lyset af den hjemlige, lokale sociale, kulturelle, psykologiske kontekst.

Danmark er et af de europæiske lande, hvor børn og unge har størst frihed i fysisk såvel som i psykologisk forstand, hvilket træder frem i lyset af analyserne fra det europæiske komparative projekt, *Children and their Changing Media Environment* (Livingstone og Bovill 1998: 446, Livingstone 2000, Stald 1997 og 2002b). Resultaterne fra dette projekt peger på, at selv inden for et så relativt lille område som Europa og også inden for lande, der normalt sammenligner sig, er forskellene i synet på børn og unge, barndom og ungdom meget varierende. Hertil kommer forskellige praktiske vilkår, som for eksempel ressourcer, der er til rådighed, miljø, risikoniveau med mere. Også den enkeltes adgang til diverse medier er forskellig i europæiske lande.

Som nævnt i indledningen ligger afhandlingens empiriske fokus på gruppen af unge mellem 12 og 16 år, opdelt i grupperne 12-13årige og 15-16årige. Valget af netop disse to aldersgrupper er begrundet i overvejelser omkring, hvornår der overordnet set sker væsentlige forandringer i forhold til individuel udvikling, erfaringsgrundlag og bevidsthed om sig selv i forhold til andre og omverdenen, og hvordan disse forandringer kan spores i sociale og kulturelle praksisser. Målt i år er der ikke stor forskel mellem de to grupper, og i forhold til andre aldersgrupper deler de to grupper en række træk. Men set i forhold til erfarings-, holdnings- og identitetsdannelse er der markante forskelle som blandt andet kan relateres til mediebrug.

De 12-13årige ligger i den absolut yngste del af ungdomsgruppen men i den øverste del af gruppen *tweens* – den gruppe mellem otte og 12 år, der er in-between barndom og ung-

³¹ Dette er et væsentligt fund fra den danske del af undersøgelsen *Children and Their Changing Media Environment*, 1996-99 (Stald 1997), hvor jeg interviewede 103 børn og unge og besøgte 48 i deres hjem og blandt andet interviewede forældrene. Det vil sige, at jeg kunne sammenholde børnenes udsagn fra gruppeinterviews i skolen med henholdsvis individuelle interviews i hjemmet og interviews med forældrene. I en hel del tilfælde er det forbløffende så tydeligt reproduktion af holdninger og normer (og diskurser) træder frem i børnenes udsagn.

dom/teenagers (Tuftte og Rasmussen 2005:124). Begrebet tweens er udviklet indenfor markedsføringsteori og – analyse, og selvom gruppens potentiale som kunder på mediemarkedet er relevant, er begrebet ikke særskilt nyttigt for afhandlingen. Derfor omfatter jeg de 12-13årige af betegnelsen unge.

Ungdomsperspektivet

Mange centrale studier af unge og ungdomskultur³² diskuterer nødvendigheden af at anlægge et ungdomsperspektiv i konkrete forskningsprojekter. Men hvad vil det sige at 'anlægge et ungdomsperspektiv'?

En lang række børne- og ungdomsforskere med forskellige tilgange til feltet tilstræber at fastholde de unges eget perspektiv. Det gælder for eksempel Jens Qvortrup, der ønsker at 'study children in their own right' (Qvortrup 1995:11), David Buckingham, der blandt andet har undersøgt børns emotionelle reaktioner i forbindelse med tv-sening (Buckingham 1996), Elise Seip Tønnesen, der analyserer småbørns tv-sening (Tønnesen 2000) og Karin Hake, der mener, at børn i dag 'anses i større grad som kompetente 'medforskere' på sin egen situation' (Hake 1999: 193). Ifølge Hake er barneperspektivet noget, der tilstræbes af voksne, som forsøger at forstå, hvordan barnet ser verden, og at barnet ikke selv kan forstå barneperspektivet, fordi det *er* i det. Derfor må man nødvendigvis anlægge det, Hake kalder et *aktørperspektiv* i børneforskningen generelt og i forskningen om børn og medier, hvor det handler om at gøre 'vårt studieobjekt - barnet - til subjekt og belyse spørgsmål og problemstillinger som er vigtige i deres hverdagsverden' (Hake 1999:194). Her er der overensstemmelse både med Sonia Livingstone som opererer med et child-as-agent-perspektiv, og med Zinnecker, der påpeger, at man ikke kan studere børn og barndom i sig selv, løsrevet fra den sociale kontekst børn konfronteres med, når de vokser op (Denzik 1995:106). Der er også i nogen grad overensstemmelse med danske forskere som for eksempel Christa Lykke Christensen, Kirsten Drotner, Anne Jerslev, Carsten Jessen, Karen Klitgaard Povlsen, Birgitte Holm Sørensen, og Birgitte Tuftte, der alle har arbejdet med børns og unges reception af medietekster og mediernes betydning i unges sociale og kulturelle praksisser, og som ligeledes fastholder børne- ungdomsperspektivet som udgangspunkt for at kunne tolke betydningen af unges mediebrug.

Denne afhandlings fokus kan præciseres gennem Sonia Livingstones³³ begreb om 'the dual focus' på medier og i et ungdomsperspektiv. Hun tilstræber at kombinere det børneholdsvis mediecentrerede perspektiv, idet hun redefinerer begge tilgange. Det gør hun ved at påpege nødvendigheden af også at lægge vægt på fokus på sociale kontekster i det mediecentrerede perspektiv, som ellers er temmelig teknologiorienteret, og ved at sætte

³² For eksempel Drotner 1999, Jerslev 1999, Livingstone og Bovill 2001.

³³ Sonia Livingstone var projektkoordinator på *Children and Their Changing Media Environment* og ansvarlig for det engelske delprojekt samt hovedansvarlig for endelige formuleringer af metodologiske og teoretiske rammer for det fælles projekt.

medierne i fokus i sociologiske 'child-as-agent' undersøgelser. Fastholdelsen af et mediecentreret perspektiv vil på den ene side medføre, at man ikke får øje på de nye måder, hvorpå unge definerer og integrerer nye medier i deres sociale og kulturelle praksisser. På den anden side kunne et ensidigt ungdomsperspektiv indebære, at man ikke opfanger, hvordan medierne nok indgår specifikt i ungdomskulturerne men samtidig afspejler overordnede samfundsmæssige og kulturelle træk ved udviklingen af ny kommunikationsteknologi. Endelig påpeger Livingstone et tredje udgangspunkt, der kan afløse et entydigt børneholdsvis medie perspektiv, nemlig samfund/institution/borger-perspektivet.

En manglende 'dual focus' kontekstualisering opstår, hvis man for at kunne sige noget om unges mediebrug baserer sig på ungdomsstudier og glemmer 'thorough contextualisation in the everyday lives of children and young people' (Livingstone 2002:10). Et videre spørgsmål er, hvor langt man skal eller kan trække kontekstualiseringen i stadig videre sammenknytninger af betydninger - det, Janice Radway (1988:366, også citeret i Livingstone 2002:10) kalder 'radical contextualism'. I afhandlingens metodedel, kapitel 3, diskuteres kontekstualisering og operationalisering af de empiriske analyser.

I forhold til Livingstone vil jeg gå videre og foreslå et 'triple focus', der foruden at inddrage ungdoms- holdsvis medieperspektiver også lægger særlig vægt på, hvordan indhold, udtryk og betydninger indgår i nye kontekster.

Endelig vil jeg som Livingstone understrege betydningen af en tværdisciplinær tilgang for at kunne realisere 'the dual' og 'triple focus'. Jeg er enig i hendes diskussion og perspektivering, og realiseringen af denne strategi diskuteres i kapitel 3.

På denne baggrund diskuteres ungdom praktiseret i relation til medier i de følgende to underafsnit, for det første i forhold til udviklingen af individuel identitet, for det andet i forhold til fællesskaber. Diskussionen skal ses som oplæg til de senere empiriske dele.

Unge og identitet

Spørgsmålet om, hvad identitet er, og hvordan identitetsudvikling foregår, bør ifølge forskellige forskere stilles på flere niveauer. Johan Fornäs hovedopdeleler i de individuelle og de kollektive 'facetter':

The concept of identity has several facets: from individual, inner and psychic identity and self-image, which psychoanalysis studies as a complex and broken subjectivity, to different forms of external or intersubjectively divided, collective social or cultural identities in various human communities.

(Fornäs 1995:7)

Det er væsentligt, at vi ikke kun forstår identitet som individuel, psykologisk identitet, men også som kollektiv social og kulturel identitet. Operationelt, i analysesammenhænge, er det hensigtsmæssigt at inndele identitet i kategorier. Johansson og Miguel foretager for eksempel opdelingen individuel, social og kulturel identitet (Johansson og Miguel 1992). Til-

svarende deler Drotner erfaringsformen for ungdomsbegrebets tre dimensioner (social, kulturel, psykologisk) op i social identitet, kulturel identitet, psykologisk identitet (Drotner 1999:19). David Buckingham leverer i indledningen til *Youth, Identity and Digital Media* en god introduktion til identitetsbegrebet generelt og i forhold til unge specielt (Buckingham 2008).

Første kategori i Johanssons og Miguels opdeling, **individuel identitet**, handler dybest set om spørgsmålet 'Hvem er jeg?' 'Hvad definerer jeg mig selv ud fra?' Hvordan skal jeg forstå mig selv i forhold til andre og i forhold til mig selv?' 'Hvem bliver jeg?' I Kirsten Drotners begrebsapparat forstår hun 'psykologisk identitet som et begreb, der søger at forstå, hvorledes det enkelte menneske udvikler sig som køn og individ gennem identifikation med andre'. (Drotner 1999:20). Det vil altså sige, at man stadig skal forholde sig til andre og spejle sig i deres fremtræden, holdninger og handlinger.

Umiddelbart lyder det således, som om identitetsdannelse handler om at komme frem til et mål, et resultat og så kan man ånde lettet op og leve resten af sit liv med den identitet, man har fundet frem til, med de intellektuelle, emotionelle, moralske, etiske værdier, der tegner ens 'jeg'. Men så let er det ikke. De fleste identitetsteoretikere, der bygger videre på den socialpsykologiske tradition, som især George Herbert Mead påvirkede, betragter identitetsdannelse som en livslang udviklingsproces, der starter med, at barnet fødes uden identitet³⁴ og så begynder at lære at forholde sig til verden og til andre, og dermed til sig selv. I denne tradition er identitet altså en konstruktion, der influeres af de ydre og psykologiske påvirkninger, man får, og som omsættes i erfaring og selvforståelse. Erik Erikson er ikke socialpsykolog³⁵, men ser ligeledes identitetsskabelse som en proces, der tager fart, når man kan spejle sig i verden, og når man begynder at udvikle kønsidentitet, og når seksualiteten afprøves (Erikson 1968), det vil sige for de fleste i den aldersgruppe, *Globale medier, lokale unge* undersøger.

Teorien om identitet som livsvarig proces udelukker ikke muligheden for, at der for den enkelte og kollektivt etableres en række kerneværdier, som er relativt stabile over tid. Især Johansson og Miegel taler for dette, men erkender også, at heller ikke kerneværdier nødvendigvis er uforanderlige. For eksempel udvikles de etiske værdier i forhold til det, de kalder indre og ydre moralske dilemmaer. Endvidere mener de, at de metafysiske værdier – det vil sige ideer om, hvad der er sandt, evigt, virkeligt – udvikler sig i forhold til og indvirker på vurdering og omtale af værdier i forhold til adfærd. Dette er især interessant i forhold til afhandlingens projekt, fordi såvel individuel som kollektiv identitet er med til at forme den enkeltes verdensbillede, og kollektivt får det indflydelse på værdier, normer og i sidste ende

³⁴ Der er forskellige variationer af denne opfattelse, blandt andet efter i hvor høj grad man lægger vægt på medfødte kognitive og genetiske træk som samvirkende med sociale egenskaber som elementer i identitetsudvikling.

³⁵ Erikson kritiserer dele af socialpsykologien i efterkrigstiden, for alene at fokusere på betydningen af sociale roller og undlade mere vanskelige psykologiske emner som forklaringsgrundlag. Han udviklede teorier om ego identitet og identitetskrise.

handlinger, der er grundlaget for social forandring.

Både i afhandlingens interviews, i tegningerne, og i tidligere undersøgelser, har jeg som tidligere nævnt ofte mødt udsagnet 'Sådan er jeg!' eller 'Sådan er jeg ikke!' Eller 'Det er mig!' eller 'Det er ikke mig!'. Dette kan tolkes som stærke ønsker om at kunne identificere en stabil kerne i identiteten, der kan skabe kontinuitet gennem livets mange omskiftelser. I forhold til undersøgelsen af danskhed, 'fremmedhed', det globale og det lokale er denne søgen efter kerneværdier og et genkendeligt 'jeg' særlig interessant.

Selvrefleksivitet er et væsentligt element i udviklingen af individuel identitet. Identitetsudvikling består i væsentlig grad af selvrefleksive processer, der kan ses som en begyndende stillingtagen til sig selv i forhold til verden og andre. Fornäs (1990), Beck (1994) og Bjurstrøm (1997) er enige om, at refleksivitet kan bruges som samlet betegnelse for både selvspejlning og en mere intellektuel eller medvidende eftertanke. Ifølge Giddens bliver selvet et refleksivt projekt i den posttraditionelle kontekst som moderniteten skaber. Individet må selv skabe sin identitet (Giddens 1991:20-21 og 32), hvilket medfører øget selvrefleksivitet, ikke mindst for den unge.

En del af unges identitetsprojekt³⁶ handler om drømmen om at være noget særligt, om at kunne være "sig selv" og dog en del af gruppen. Det vil sige, at man tilstræber at blive opfattet som en speciel person med særlige egenskaber, som andre anerkender og genkender. Realiseringen af drømmen skal bidrage til at udvikle/fastholde en positiv selvopfattelse: 'Dagens idé är /.../ at komma ganska nära normaliteten men på något subtilt och distinkt sätt samtidigt skilja sig från den' (Ziehe 1989:56, citeret fra Bjurstrøm 1997:99).

Denne drøm om at være noget særligt realiseres forsøgsvis på forskellige måder og mere eller mindre radikalt, for eksempel i ydre stil, i opførsel, i selvfremsstilling. For gruppen af ganske almindelige unge følges dette behov for anerkendelse af personlig distinktion med et ønske om at være socialt accepteret, inkluderet, det vil sige, ikke at skille sig ud fra flertallet.

Formuleringen af drømmen om at være noget særligt (reference tilbage til Beck & Zinnecker) rummer et skisma mellem forestillingen om ideel individualitet og fakta. Forestillingen om ideel individualitet handler om at give udtryk for, at man ikke er afhængig af andres (hverken markedets eller vennernes) mode, mening, pres. Samtidig er det at formulere forestillingen over for andre en del af selviscenesættelsen. Fakta handler om, at den enkelte unge rent faktisk og uanset, hvordan man gerne ser sig selv, konstant opdaterer, hvilke skift, der finder sted i forhold til modetøj, modemusik, livsstil, og hvordan 'dem jeg går sammen med' ser ud, hvad de taler om, hvad de siger.

³⁶ Også voksnes livslange identitetsprojekt indeholder mere eller mindre udprægede ønsker om at være noget særligt, om 'at gøre en forskel' – enten i de helt nære relationer eller i større perspektiver. Unges situation er jo imidlertid, at de ikke har haft så lang tid til at skabe sig en plads og en betydning endnu.

Center for Ungdomsforskning og Religionssociologi (CUR) har lavet en undersøgelse (Skårhøj og Østergaard 2005:59), hvor data ganske vist er indsamlet i 2004, men hvor tallene med en vis forsigtighed kan sammenlignes med mine data i 2000. CURs undersøgelse viser, at de 13-16årige på spørgsmålet om, hvordan de selv mener, at de 'spotter' deres egen stil, fordeler sig således:

Opfinder egen stil: 44 %

Kigger i butikkerne: 29 %

Hvad venner går i: 11 %

Blade og magasiner: 8 %

Folk på gaden: 5 %

Film og TV: 4 %

Det vil sige, at næsten halvdelen mener, at de opfinder deres egen stil. Samtidig viser det sig imidlertid i undersøgelsens kvalitative interviews, at mange opfatter det som en illusion, at man opfinder og har sin egen stil³⁷. Ifølge undersøgelsens deltagere er man i høj grad opmærksom på, hvad andre går i og hvad der er smartest at tage på, hvilken trend, der kan inkludere en i gruppen. Hos de, der mener at opfinde egen stil, ses også en vis splittelse, fordi man godt ved, at man overvejer, hvad de andre vil sige. Drotner finder et tilsvarende dilemma i undersøgelsen *Børn og unge foran skærmen*. Hun sammenligner vurdering af, hvad der skal til for at blive populær med vurderingen af, hvad der betyder mest i tilværelsen: 2 % af de 12-13årige angiver, at det er vigtigst at se godt ud, medens i gennemsnit 58 % synes at et godt familieliv er vigtigst. Kirsten Drotner påpeger: 'Måske sporer man her et dilemma mellem egne idealer (udseende betyder ikke noget) og hverdagens erfaringer (udseende betyder faktisk en forskel)' (Drotner 2001:185)

Stil, der skiller sig markant og konsekvent ud fra flertallets stil og selvfremsættelse, vil som regel ses hos unge, der også i holdninger og handlinger skiller sig ud fra mængden, for eksempel 'ægte' punkere. Subkulturers selvscenearbejde er måske endnu stærkere pointeret, end den er for de 'almindelige' unge, men under alle omstændigheder er der tale om at markere sig i forhold til andre.

Identitetsopdelings anden kategori, **social identitet**, kan forstås som en konfiguration af social erfaring, sociale relationer og sociale praksisser. At have en social identitet betyder, at man kan agere socialt i og med at man kender de sociale koder, de steder man færdes. Social identitet indebærer roller, man tager på sig (Mead 1962/1934), jf. Merton's begreb 'multiple roles', som man udspiller (Johansson og Miegel 1992:44). Goffmans diskussion af 'role distance', der påpeger, at der er forskel mellem individet og dets rolle i en given situation, peger ligeledes på nødvendigheden af at kunne tilpasse sig forskellige sociale rum.

³⁷ Det er i tråd med Bourdieus teori om '*méconnaissance*', nemlig en systematisk manglende indsigt i egne livsbetingelser og livsførelse' (Dahl 1997:27)

Individet spiller således forskellige roller i forskellige kontekster (Goffmann 1990).

Social identitet opbygges blandt andet på et mikroniveau, eftersom de sociale interaktioner i personlige relationer såvel næres af som danner makro-sociale strukturer. I forhold til analysen af social identitet på mikroniveau siger Zinnecker for eksempel:

If the task to acquire a social position, a social status of one's own, and thereby win social identity, is recognised to be important, subjects must act against the background of existing social configurations. Two modalities of action are relevant here: social association (whose goal is integration) and social distinction (whose goal is delimitation).

(Zinnecker 1995:92)

Formålet med at opnå social identitet er altså at kunne opnå integration i en social gruppe, dels at kunne afgrænse sig, individuelt og kollektivt, i forhold til andre. Zinneckers brug af begrebet 'social distinction' er inspireret af Bourdieu. Hvor Bourdieu fremhæver strukturelle forskelle i økonomisk og kulturel kapital, henviser Zinnecker til processer, hvor man som ung adskiller sig fra, voksne (forældre), tilgrænsende aldersgrupper, det modsatte køn, konkurrerende i samme aldersgruppe. Man prøver at definere sig selv og finde sin egen identitet, men man er nødt til at måle sig selv med andre. Derigennem opdager den unge de forskellige udtryk for ensartethed og forskellighed som iværksætter (videre)udvikling af normer og værdier. Gennem de sociale netværk, man etablerer, og de grupper, man identificerer sig med, opnår man ifølge Bourdieu en værdi, en *social kapital*, der kan "investeres" i realiseringen af ønsker og formål. Robert D. Putnam opererer med begrebet social kapital som funktioner af sociale relationer, der både kan være afgrænsende (for eksempel en gruppe med samme alder og interesser) og brobyggende (for eksempel computerspil på tværs af alder, køn og geografi) (Putnam 2000). Især kommunikationsmedierne spiller en væsentlig rolle i etableringen af social kapital, fordi de er effektive veje til at opretholde og udvikle sociale relationer og til at netværke på tværs af de sædvanlige relationer.

Traditionelt set forstås socialisering i et fremtidsperspektiv – udvikling med 'endemål voksendom' så at sige. Det vil sige, at socialisering er en proces versus det at have et socialt liv (Qvortrup 1995:8). På mikroniveau er det imidlertid også en afprøvning af sociale normer, i opposition eller ej, og leg med overskridelse af grænserne, der får tingene til at ske, og gør det klart, hvad der fungerer, og hvad der ikke gør. Som Livingstone påpeger, drejer socialisering sig også om 'acquiring a sense of self as a child, belonging to peer-based groups, and developing child-based norms and practices' (Hill and Tisdall 1997:116, citeret i Livingstone 2003:13).

Kulturel identitet er identitetsopdelings tredje kategori. Clarke et al. mener, at 'Culture refers to the distinct patterns of life, choice, and taste of social groups' (Clarke et al 1975, citeret i Epstein 1998:10), og at kultur er de måder, hvorpå forskellige grupper udtrykker sig selv. Kirsten Drotner præciserer, at man kan definere

begrebet kulturel identitet som de måder, hvorpå mennesker anvender forskellige tegnrepertoier – herunder medierne – til at definere sig selv i tid og rum, således at disse definitioner også giver mening for andre. Denne definition gør det muligt at analysere identitet som et processuelt, men ikke et vilkårligt begreb. Den gør det muligt at forstå identitet som et begreb, der gennemvæves af kønnets, alderens og etnicitetens mønstre, således som disse aktualiseres, alt afhængig af, hvornår man lever og under hvilke forhold, man bor.

(Drotner 1999:20)

Blandt andet refererer Drotner til Stuart Halls begreber om fortællinger om selvet til andre, hvilket i høj grad er det, der sker, når unge kommunikerer, såvel verbalt som kropsligt, virtuelt og i den fysiske verden. Identitetsdannelsen består i høj grad i at møde andres reaktioner på en selv, men også at formulere sine udtryk, igen, såvel i form af fortællinger, men også i form af selviscenesættelse.

Kulturel fremmedgørelse er jævnfør Epstein (1998) med reference til Hebdige (1979) grundlaget for udvikling af unges subkulturer. I populariseringen af de kulturelle udtryk sker der samtidig en opløsning af det oprindelige meningsindhold. Dette underbygges af Bjurström, der refererer til Hebdige og Clarke omkring kommercialisering af subkulturer:

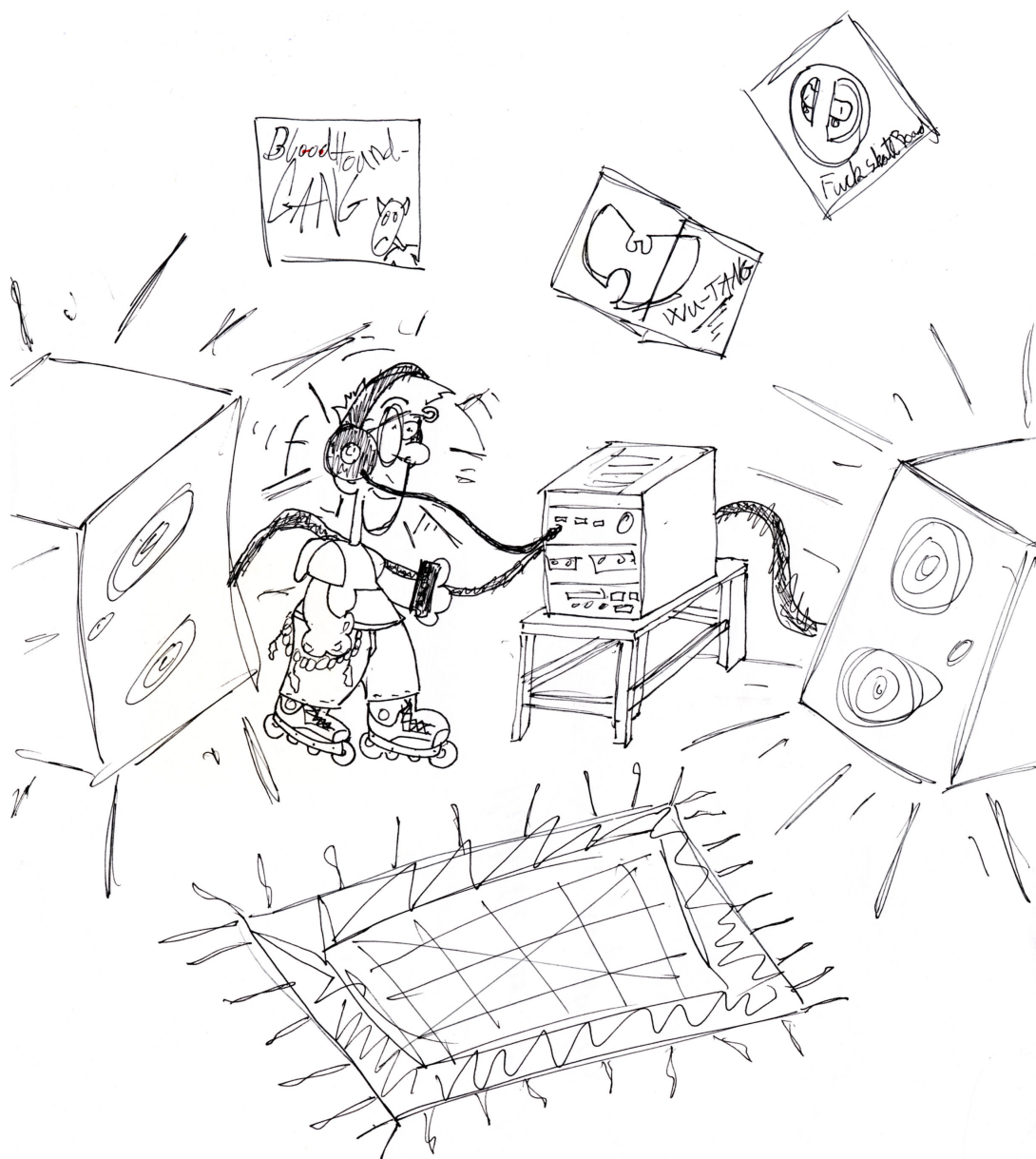
Både Hebdiges og Clarkes analys utmynnar i att de från början autentiska och oppositionella subkulturella stilarna successivt avväpnas och stelnar i inautentiska former genom att de successivt kommercialiseras och medialiseras, vilket indirekt bekräftar Birminghamskolans grundläggande perspektiv på dem som "magiska" eller "imaginära lösningar", som utgör ett lätt byte för den dominerande kulturens inkorporeringsprocesser.

(Bjurström 1997:94)

Pointen er, at subkulturelle trends gennemgår en filtrering og markedsføring gennem det kommercielle marked for populærkultur. Herigennem fratages de kulturelle eksponeringer hurtigt deres oppositionelle karakter.

Bjurström diskuterer også, med reference til Barthes, hvordan kommercialisering og medialisering fungerer som stop for de subkulturelle stiles vitalitet, kreativitet, opposition og modstandspotentiale. Når man ser bort fra det progressive, oppositionelle potentiale forfald i subkulturerne, kan man konstatere, at uanset oprindelse, hensigt og æstetik, er diverse stilarter til stadighed underlagt de- og rekontekstualiseringer i forhold til det oprindelige udgangspunkt.

Men unges subkulturer indeholder en anden modgående og afgørende tendens – de importerer og rekontekstualiserer stilarter og trends via medierne og ind i en bredere ungdomskultur. Der er hele tiden behov for skift og nyheder i forhold til den ovenfor diskuterede bevægelse mellem det velkendte, fælles, genkendelige, og det, der markerer det særlige. Denne ikke radikale, men konstante import af elementer fra subkulturelle udtryk kan karakteriseres som kontrasterende påhit, der udfordrer og profilerer det velkendte (Hannerz, citeret i Bjurström 1997: 102). Man kan også tale om blandingskulturer, der inkluderer og



Figur 6, Julian, 9. klasse.

Denne tegning er en af 102 tegninger fra undersøgelsen *Børn og unge foran skærmen* fra 1997 (Stald 1997).

Julian har sat fokus på sig selv som skater, hvor påklædning, musik og skaterudstyr signalerer, hvem man er. Bemærk plakaten til højre med 'Fuck Skateboards' – Julian ser rulleskøjterne som hævet over 'rullebrædder'.

Julians stil synes ret gennemført, men set i klassens og hans vennegrupes kontekst virkede det ikke, som om hans livsstil var gennemført skater. Den musik, han hører, rulleskøjterne og tøjet er nok skater-symboler, men deles også i variationer af mange. Spørgsmålet er, om han er knyttet til en gruppe af (andre) skatere og derigennem realiserer skater-'ideen'. Musikkens centrale betydning er symboliseret ved de meget store højttalere, som, jævnfør lydstregerne, udsender meget høj musik – som Julian får ekstra godt ind i systemet via høretelefonerne. Musikken er formentlig af enten *Bloodhound Gang* eller *Wu Tang Clan* (hardcore rap, startet 1993), ifølge plakaterne på væggen. Begge gruppernes genkendelige logoer er tegnet.

transformerer forskellige stilarter. Over tid, i ungdomskulturene ofte kort tid, sker der normative forankringer af, hvad der er normalt, sædvanligt, konventionelt indenfor normaliteten modsat sub- og delkulturer (Thornton 1995:114). Særlig vigtig i afhandlingens kontekst er, at elementer, der tilføres ungdomskulturene og altså transformerer disse og selv modificeres, ofte er globalt genkendelige, men i lokal variation.

Ud af diskussionerne om, hvad individuel henholdsvis social og kulturel identitet er, fremtræder forskellige temaer, der kan udbygge forståelsen af identitet på tværs af de tre kategorier: *krop og køn*, *identitetskrise* og *risiko og konflikt*.

Unges opfattelser af **krop og køn** er centrale elementer i deres identitetsdannelse. Et fokus på synlighed og selv fremstilling som identitetsmarkør skyldes – eller medfører – i følge Ziehe, et skift fra identitet til identifikation (Ziehe 1989). Her har unges foretrukne underholdningsmedier betydning, fordi de fokuserer på 'netop kroppen, det visuelle og det auditive frem for på ordene og dermed også den emblematiske æstetisk forrang for den symboliske' (Scott Sørensen 2002:16, med reference til Ziehe 1989+1989b, 1994³⁸). I forlængelse heraf mener Johansson og Miegel: 'In Western society, individuals often become consumers of identities offered on the market. Some of these identities have a reasonable durability, others are more ruled by fashion'. (Johansson og Miegel 1992:52). Jeg vil i den kontekst sætte 'identities' i anførselstegn, fordi der netop ikke er tale om identiteter til salg, men om tilbud til den enkelte om at 'frame' sig selv i det ydre for at modsvare en indre og samtidig kollektiv identitet. Der er måske ikke alene tale om 'identifikation' i Ziehesk forstand, men om at vælge nogle af de udtryksformer, der kan profilere en i egen selvforståelse og i forhold til andre.

Anne Scott Sørensen mener, at vi i 90'erne oplevede en individualisering af kropskultur, en genopdagelse af den kønnede krop og skulpturering af kroppen som en modbevægelse til 80'ernes integration mellem kønskulturerne (Scott Sørensen 1992:57). Individualiseringen betyder dog, ifølge Scott Sørensen, ikke en tilbagevenden til tidligere entydige kønsopfattelser: 'De [unge, GS] har på ny ladet kønnet vise sin styrke, men det er også blevet en langt mere fleksibel og mangfoldig størrelse som sammen med andre, fx sociale, etniske og religiøse forskelle indgår i en bredere kulturel identitetssøgen.' (Scott Sørensen 1992:54).

Til udviklingen af identitet hører **identitetskrise**, som Erik Erikson har bidraget til at udvikle som begreb, blandt andet i forbindelse med mødet med og behandlingen af kriseramte unge. Han påpeger, at 'krise' ikke nødvendigvis er lig 'katastrofe', men at identitetskriser opstår som følge af 'loss of ego'. Han beskriver de unge i identitetskrise, han møder, som 'severely conflicted young people whose sense of confusion is due, rather, to a war within themselves'. (Erikson 1968:17). Metaforen 'at være i krig med sig selv' stammer fra hans

³⁸ Angivet som 1993 i Scott Sørensen, hvilket ikke er korrekt.

arbejde med folk, der havde psykiske traumer indirekte fremkaldt af tiden under og efter anden verdenskrig, og som led af manglende overblik, orienteringsevne og selvforståelse. Han ser paralleller til følgerne af disse tilstande hos unge i krise. Selvom han især beskæftiger sig med patologiske aspekter af tilstanden 'identitetskrise', mener han, at den også dukker op i udviklingsmæssige sammenhænge, altså når den unge mister overblikket, sammenhængen og oplevelsen af meningsfuldhed. På et individuelt niveau svarer Eriksons beskrivelser til sociologers (for eksempel Giddens) og socialpsykologers (for eksempel Ziehes) teorier om, at tilstande af manglende koherens og forståelse af mening er et udslag af et modernitetsparadoks. På den ene side frisættes individet i moderne samfund til at kunne forme sit eget liv og foretage valg med hensyn til individuel livsbane og – dagligdags valg, på den anden side svækkes grundlaget for at få samling på de fragmentariske elementer af meningsfuldhed, med frustration og krise til følge.

Ifølge Erikson udvikles i puberteten en mental modenhed, der kan håndtere en identitetskrise (1968:91). Dette projekt besværliggøres imidlertid, ifølge Ziehes og Giddens opfattelse, af modernitetens udlejring af traditionelle sociale relationer og genindlejringen i nye kontekster, for eksempel i medieret form. Medierne, måske især de digitale kommunikationsmedier, giver anledning til nye varianter af indlejring og udlejring. Dette udelukker imidlertid ikke, at virtuelle møder er effektive rum for udveksling af information, erfaring, emotion og, som nævnt for afprøvning af sociale normer. Giddens' dikotomi ændres måske ikke, på et metateoretisk niveau, i forhold til traditionelle mediers og andre erfaringsformers betydning for oplevelsen af, at omdrejningspunktet for produktionen af informationen ligger et andet sted end i folks fysiske erfaringsverden. Men man kan argumentere for, at følelsen af tilstedeværelse i virtuelle rum muliggør en forbindelse mellem 'disembedding' og 'reembedding', som hører den computermedierede kommunikations tidsalder til. Denne diskussion er central i forhold til afhandlingens analyse af global orientering og lokal forankring.

Risiko og konflikt er det sidste af de tre identitets-temaer. Med afprøvningen af sociale og kulturelle værdier i ungdommen især følger også risikoen for eller muligheden for fremmedgørelse fordi der opstår 'a condition ... represented by the relative absence or confusion of clear values within a group. Anomie is characterized by a lack of normative definition and clarity.' (Durkheim, citeret i Epstein 1998:5). Ifølge Durkheim er denne fremmedgørelse ikke så meget relateret til individer som til sammenbruddet i de normative strukturer. Dette er en mulig forklaringsramme for reaktioner på mødet med 'det fremmede' såvel i medieret som ikke-medieret forstand, som de for eksempel kommer til udtryk i afhandlingens empiri. "In terms of the experiences of adolescent alienation, meaningfulness is the most critical of these three components of alienation because it is the search for meaning in the life of adolescents that creates, or allows for, the creation of youth subcultures". Når man læser for eksempel Hebdiges efterhånden ældre værk om subkulturer og Epsteins antologi og andre bøger om ungdomskultur og identitetsdannelse (for eksempel

Csikszentmihalyi 1984; Cieslik & Pollock 2002; og Mitchell, Bunton & Green 2004) er det tydeligt, at der ofte er fokus på risiko og konflikt. De nævnte værkers projekt er på forskellig vis at sammenholde modernitetens risikofyldte livsvilkår med unges identitetsudvikling.

Unge og fællesskaber

Identitet var altså det første område, der skal diskuteres som konsekvens af ungdom praktiseret i forhold til medier. *Fællesskaber* er det andet område. Fællesskaber er et af de mest benyttede ord i beskrivelsen af unges sociale relationer og interessegrupperinger – sociale fællesskaber, interessefællesskaber, kulturelle fællesskaber, fortolkningsfællesskaber. Fællesskaberne kan være fuldt udfoldede som venskabsgrupper, hvor 'alting' gøres sammen, og hvor behovet for nære relationer – *pure relationships* med Giddens betegnelse (Giddens 1991) – kan blive opfyldt. Men mange fællesskaber er ad hoc, selektive eller partielle fællesskaber, for eksempel omkring sport eller online spil. De fleste unge pendler mellem flere af denne type netværk, online og offline, men som oftest med udgangspunkt i de nære relationer.

I dette afsnit diskuterer jeg først begrebet 'fællesskab' kort, og dernæst beskriver jeg forskellige aspekter af fællesskaber i forhold til afhandlingens projekt.

I almindelighed forstås 'fællesskab' som et sæt af sociale relationer, der afgrænses af fælles mål og projekter. En central pointe i nyere forskning er, at 'fællesskab' må defineres både som social struktur og som oplevet realitet, altså 'gruppetilhørsfølelse'³⁹. En indflydelsesrig formidling heraf har været Benedict Andersons begreb 'imagined communities' (se også s.36), skønt hans definition knytter det forestillede fællesskab (historisk set i relation til oprettelsen af nationalstaten og i familier) til oprindelse i en fælles fysisk realitet. Det er vanskeligere at anvende hans teori direkte i forhold til medierede fællesskaber, fordi, som Gotved argumenterer, Andersons fællesskaber besidder en langt stærkere homogeniserende kraft end for eksempel Internetbaserede fællesskaber (Gotved 1999). Præmissen for denne afhandling er, dels at fællesskaber med rod i en fælles fysisk tilstedeværelse, som for eksempel familier, er forestillede, dels at fælles tilstedeværelse ikke er garanti for fællesskab: 'All communities are imagined. This does not make communities, whether large or small, any less real, nor does it deny the fact that, for example, nations, diasporas, or subcultures are also material phenomena' (Jensen 2000:14).

Diskussionen om forestillede fællesskaber er specielt relevant her af to årsager. For det første, fordi unges fællesskaber i dag i særlig grad veksler mellem fælles tilstedeværelse i en fysisk lokalitet og medierede former, især via de digitale kommunikationsformer. For det

³⁹ Den mest effektive og skarpe diskussion af fællesskabsbegrebet, jeg har læst, findes i Rasmus Helles' speciale (2005): *Netmasker. Et empirisk studie af internetmedieret gruppekommunikation i kontekst*. Upubl. speciale afhandling, Københavns Universitet

andet, fordi der hersker en udbredt forestilling om, at unge udgør medierede fællesskaber på tværs af globen eller i mindre målestok alene i kraft af deres fælles interesser for og reception af bestemte mediegenerer og – produkter. Med det sidste forbehold er det ikke teoretisk holdbart at tale om globale mediefællesskaber alene baseret på fælles interesse eller forbrug. Fællesskabet må have et kvalitativt centrum, der gør det til en gensidigt oplevet realitet. Det betyder selvfølgelig ikke, at der ikke findes globalt udstrakte, vidt forgrenede fællesskaber, hvor deltagerne aldrig har set hinanden f2f (face to face = ansigt til ansigt). Eksempler på dette findes i blandt andet mine egne studier af online multiplayer computerspil og de fællesskaber, der opstår omkring spillet i cyberspace (Stald 2005). Andre eksempler er Rasmus Helles strikkedamers online gruppe (Helles 2005), Nancy Bayms soapfan-Usenet-gruppe (Baym 2000) eller Stine Gotveds studie af en Tolkien Usenet-gruppe (1999). Det væsentlige er, at der er tale om strukturerede fællesskaber, der kommunikerer indbyrdes om fælles anliggender. Det er denne generering af mening, der kollektivt og for den enkelte definerer indholdet i fællesskabet.

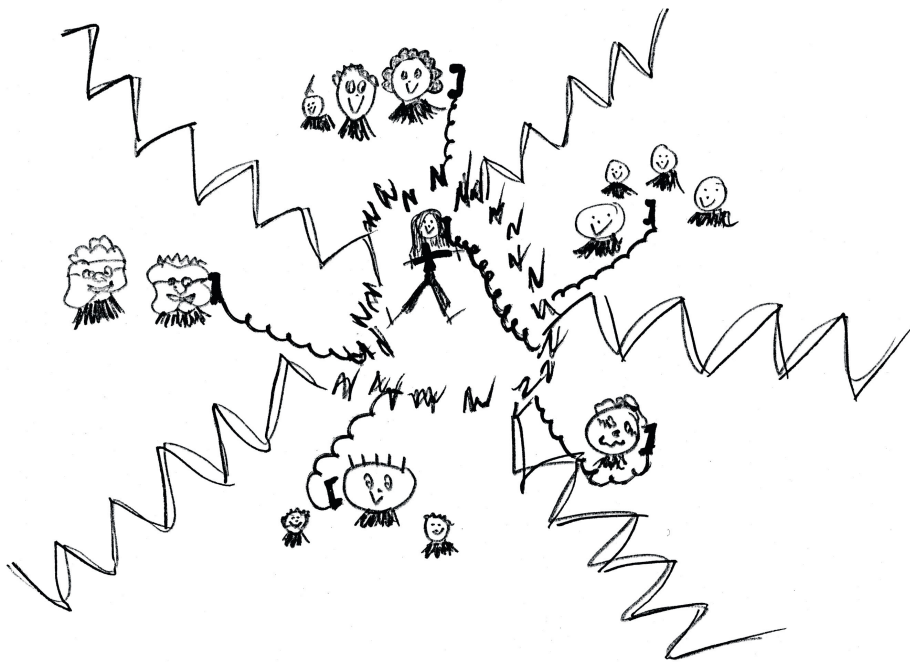
Klaus Bruhn Jensen siger, i forbindelse med diskussionen af Andersons begrebers potentialer for medierede fællesskaber:

An alternative formulation would insist that communities rely for their maintenance on their communication; that such communication is conducted in a range of fora and media; and that the outcome of communication across sites and times is communities of different types, not of inherently primary or secondary status.

(Jensen 2000:14)

Jeg vil tilføje, at også etableringen af fællesskaber er afhængig af kommunikation. Det er nok muligt, at den enkelte mener at have noget til fælles med andre, men hvordan kan vedkommende vide, hvad de andre tænker om det, og hvordan kan der handles i forhold til fællesskabet, med mindre der finder kommunikation sted?

Følelsen af fællesskab, det at være del af et fællesskab, er vigtigt for selvforståelsen og dermed for identitetsdannelsen og opfattelsen af identitet. Fællesskaber markerer forskel og afgrænsning mellem dem i gruppen og dem udenfor. Meyrowitz benytter betegnelsen gruppe om sociale strukturer, hvor folk samles af en eller anden grund og med en eller anden hensigt. For ham kan medier skabe 'a sense of sharing and belonging or a feeling of exclusion and isolation' (Meyrowitz 1985:7). Hans pointe er, at gruppetilhørsforhold er med til at skabe vores identitet. Det vil sige, at vores gruppeidentitet, fællesskab, ikke alene bestemmes af vores selvopfattelse, men også af, hvor vi er, virtuelt eller fysisk, og hvem vi er sammen med. Det bliver til 'os' og 'dem'. For at kunne opfatte sig indadtil og blive opfattet som en gruppe udadtil, skal gruppen nødvendigvis kunne identificeres og afgrænses i forhold til andre grupper.



Figur 7, Sarah, 9. klasse. Følelsen af fællesskab.

Denne tegning er en af 102 tegninger fra undersøgelsen *Børn og unge foran skærmen* fra 1997 (Stald 1997).

Sarah har tegnet det telefonnetværk, der holder hende i forbindelse med familie og venner. Hun sidder selv i midten, symbolsk markeret med et kryds, der udgør arme og krop, forbundet via den skitserede telefon ved hendes øre og telefonledninger, der går ud til forskellige medlemmer af hendes familie: bedsteforældre, far og halvsøskende, moster, halvbror med familie samt vennerne. Hendes familieforhold er komplicerede, og en del ser hun meget sjældent. Det savn, hun udtrykker under interviewet, afhjælpes i nogen grad via lange telefonsamtaler, der har en dobbelt funktion: såvel som livline for at kunne 'følge med' i hinandens tilværelser, som at give mulighed for at være tæt på i kraft af stemmernes repræsentation af personer, følelser og erindringer. Kæder man tegningen sammen med det, pigen siger om sin familie, føler hun sig som den, der har brug for at holde fast i de andre, selvom vennerne og den højt elskede moster ofte ringer. Samtalerne med familie og venner om hverdagslivets oplevelser og overvejelser tjener som bindeled såvel helt konkret i forhold til at holde sig orienteret om hinandens tilværelse som symbolsk gensidig forsikring om, at man 'er der'.

Indadtil, mener Meyrowitz, afhænger gruppens identitet af, at man deler noget 'backstage behavior' (ibid. 56, med reference til Goffman 1963), hvilket dels refererer til den omtalte nødvendighed af kommunikation for udvikling og opretholdelse af fællesskaber. Men 'backstage information' henviser desuden til, at der på et eller andet niveau skal deles information i gruppen, som tillader den at handle i fællesskab. Der skal kort sagt genereres mening i gruppen. Med en henvisning til Dewey (via Carey) siger Klaus Bruhn Jensen, at samfund ikke alene eksisterer 'by communication, by transmission, but also *in* communication, in the ritual sharing of meaning. Communication implies community, at least the possibility of community.' (Jensen 2000:12). For at kunne afgrænse sig til andre grupper kan disse ikke have adgang til gruppens backstage aktiviteter (Meyrowitz 1985:56-59). Endelig er gruppens 'onstage' performance nødvendig for at gruppen kan identificeres af andre.

En sidste, væsentlig pointe fra Meyrowitz er, at en udvikling i medierne vil 'rearrange a society's group identities by offering new ways of revealing or hiding the backstage behaviors of many groups' (Meyrowitz 1985:56). Man kunne skærpe dette til, at udviklingen i medierne for længst har ændret gruppeidentiteter i kraft af offentliggørelsen af den kommunikation, der binder gruppen sammen, for eksempel i online fora eller via mobil samtaler i offentlige rum. De digitale medier lagrer endvidere gruppernes historie og udveksling, så det også udenfor situationen er muligt at have adgang til denne backstage information. I øvrigt er der også mulighed for en sammenblanding af udveksling backstage og performance onstage i det øjeblik, deltagerne i en gruppe er klar over, at medieringen er tilgængelig uden for gruppen.

Etableringen af **kollektive fortællinger og fællesskaber** har stor betydning i ungdomskulturerne. Som nævnt betyder brugen af de digitale kommunikationsmidler, at individers og gruppers fortællinger kan formidles i en anden kreds end tidligere, hvor grupper tidligere lukkede sig om sig selv. De digitale kommunikationsmediers evne til at sætte folk i forbindelse med hinanden og 'være sammen' og til stadig opdatering, gør at historierne kan deles og fortælles kollektivt, på tværs af tid og rum. De digitale fortællinger bliver på mange måder til dokumentation af hverdagsliv, hvor kommunikationen – eller sporene fra den i form af logs og andre informationer – kan lagres og genfindes (for eksempel i online fora) og indgå i nye udvekslinger. Det interessante er, at lokale historier (såvel i virtuel som fysisk forstand) krydser med globale fortællinger via endeløse netværk. Derfor den enorme hast i omsætning i ungdomskulturerne. Det vil sige, at de lokale fællesskabers historier måske kobles til andre i et 'superfællesskab'. I forhold til afhandlingens projekt er dette især interessant i forhold til den enorme mængde information, der omsættes og som hele tiden indhentes og transformeres af gruppen og individet.

Et sidste emne, der skal tages op i forbindelse med unges etablering af fællesskaber og fællesskabsfølelse er **normativitet**. Unges fællesskaber er rum for udfoldelse, for eksperimenter med kulturelle og æstetiske udtryksformer og indhold i sociale såvel som kulturelle

praksisser. De digitale mediers mødesteder og koordineringsmuligheder giver i udstrakt grad fællesskabsgrupperne rum til at afprøve sociale og kulturelle koder og normer som sprogbrug, opførsel, og i særlig grad for at komme til orde og finde sammen. Det gælder for eksempel forskellige online fora i interessegrupper, i nyhedsgrupper eller i forskellige chatrum. I de forskellige, mere eller mindre specialiserede rum influeres fællesskabets opførsel af de normative forhold, de regler for interaktion og almindelig opførsel, der eksisterer i rummet. Nogle gange er reglerne genereret af deltagerne i gruppen, andre gange er der fra medieudbydernes side fastlagt overordnede regler for opførsel. Ikke desto mindre er de virtuelle mødesteder rum for afprøvning af måder at interagere på og på selvfremsstilling, såvel kollektivt som individuelt. Disse betragtninger gælder i realiteten alle former for grupper, men virker særligt stærkt i virtuelle rum, hvor frirummet til eksperimenter på nogle måder er større end i andre sammenhænge. Det er også interessant, at der i virtuelle rum sker en gensidig påvirkning mellem på den ene side generelle, samfundsmæssigt afstemte normer for opførsel og interpersonel interaktion, og på den anden side de normative rammer for udfoldelse i de virtuelle rum. De spilleregler, der skal til for at få et fællesskab til at fungere som social struktur, er overordnet set de samme uanset hvilket format, vi taler om. Således kan unge i høj grad bruge virtuelle rum til at etablere, øve og udfolde sociale fællesskaber (Stald 2005).

2.4 Unge og medier

Medier er centrale som kilde til social strukturering og som middel til refleksion, fordi de muliggør kommunikation som muliggør udveksling af mening som muliggør samfund (K.B.Jensen 2000 og 2002). Gennem denne meningsproduktion og – cirkulation befordres udviklingen af kultur, både som udtryk, indhold og praksisser. Medialiseringen er på én gang en selvfølgelighed og en kompliceret proces (Hjarvard 2003, 2003b og 2004). Hensigten med dette underafsnit er at præsentere generelle træk ved unges mediekulturer i et teoretisk perspektiv, mens faktuelle beskrivelser af mediebrugen præsenteres i afhandlingens efterfølgende dele.

Medialiseringens betydning for unge skal i afhandlingens kontekst karakteriseres i forhold til et antal analytiske temaer. Temaerne er defineret på baggrund af afhandlingens undersøgelse samt tidligere undersøgelser (Livingstone 1998, Livingstone og Bovill 2001, Stald 1997, 1998, 2000, 2007): 1. kompleksitet, valgmuligheder, intensitet og personliggørelse i medieadgang og – brug; 2. homogenitet og diversitet; 3. hastig omsætning af produkter, præferencer, anvendelser og udtryk; 4. stadig mere omfattende udvikling af og integration af digitale medier, blandt andet med mulighed for konvergens på forskellige niveauer til følge; 5. stor andel af kommercielle mediekanaler og medieprodukter; 6. mediernes betydning for forandring; 7. 'empowerment' i form af adgang til informationer og kommunikation,

synliggørelse, kreativ udforskning af muligheder; 8. bekymringstradition i forhold til eksterne vurderinger af normer, værdier og effekter.

Som nævnt i indledningen gælder mange af de overordnede forhold omkring unge og medier også for voksne og omvendt. Børn og unge er imidlertid i modsætning til deres forældre vokset op med de digitale medier, der er mest centrale i vores hverdagsliv – det vil sige multimediecomputer, internet, bærbare musikafspillere i forskellige former og ikke mindst det bærbare multimedium, mobiltelefonen. Det betyder noget for den selvfølgelighed, hvormed man vælger og integrerer nye medieformer og medieindhold, hvornår man træder i karakter med mediet – det vil sige, hvornår det opleves som en selvfølgelig og nyttig funktion, anvendelse og betydning. Og det betyder noget for, hvordan man eksperimenterer med brugen og den grad, hvormed man udforsker og udfordrer traditionelle grænser for medieret kommunikation og oplevelse.

De yngste unge har endvidere skolen som institution for opbygning af viden (fakta og baggrundsviden) og redskaber (kompetencer og færdigheder i analyse og kritisk refleksion). Umiddelbart kan det se ud, som om læring i skoleregi ikke matcher den virkelighed, unges livsverden rummer uden for skoleinstitutionen, ikke mindst i forhold til mediebrugens art, omfang, indhold og betydning. Mens megen erfaringsdannelse og input til kritisk refleksion foregår i vennegrupper, familie og forskellige andre sammenhænge, er skolens og uddannelsesinstitutionernes rolle imidlertid fortsat betydelig. Blandt andet refererer informanterne i det empiriske materiale om mediebrug gentagne gange til emner og diskussioner, der har været oppe i klassen.

Kompleksitet, valgmuligheder og intensitet

Kompleksiteten i unges mediebrug omfatter dels mange valgmuligheder, dels behov for kompetencer for at kunne anvende forskellige medier såvel i forhold til interface og til afkodning af sprog og indhold, dels mediernes mangfoldige sociale funktioner og betydninger.

Unge danskere bruger medier til forskellige formål, såvel målrettet mod funktion og situation som rammesættende for oplevelser og kommunikationsmuligheder. Især digitale medier som computer/internet, mobiltelefon, musikafspillere, spillecomputere og dvd-afspillere opfylder centrale funktioner. Tv er fortsat et centralt medie, som figurerer højt på prioriteringslisten for foretrukne medier og anvendt tid (Lemish et al 1998). Men tv-seningen er ikke altid koncentreret, mens tv'et er tændt – serier, sport og musik-videoer kan ses simultant med, at computer/internet er i brug, mens der tales i mobil, laves lektier eller høres musik. Dog kan film, computerspil og bøger – hvis de er interessante nok – fastholde blikket og fokus i længere tid. (Fridberg 1997; Drotner 2001b; Livingstone 2002).

Digitale medier giver en række valgmuligheder i forhold til foretrukken platform, i forhold til kilde, i forhold til kombinationer af input og output. For eksempel kan man vælge at se en

film på tv, på video/dvd eller på computeren, eller spille et spil på konsollen, computeren, gameboyn eller mobilen, kommunikere med vennerne via sms, mms, samtale, email, chat, Instant messaging (som f.eks. MSN), IRC (Internet Relay Chat som forskellige online fora benytter til chat), eller høre musik i radioen, på computeren, via mobilen eller gennem MP3-afspilleren. De mange muligheder kræver stadige valg og vurderinger af, hvad der er bedst i situationen, hvordan oplevelsen bliver optimal og hvilket produkt/indhold, der skal vælges.

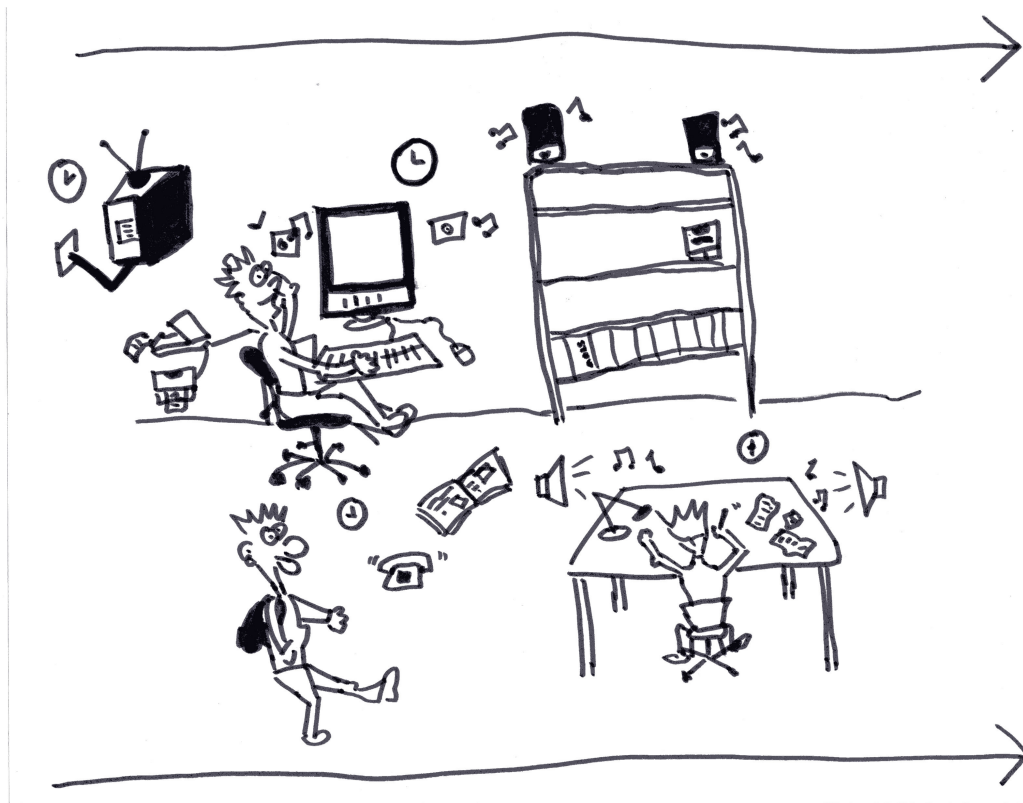
Private, individuelle og personliggjorte medier er tre betydningsfulde fænomener, der får konsekvenser for unges mediekulturer. Teoretisk er der forskel på privatisering af medier (at man ejer egne medier), individualisering af mediebrug (at man individuelt bruger medierne i sine reflektive processer og meningsdannelse) og personliggørelse (at man lægger personlige informationer, 'sin historie', i medierne, deler sig selv). I praksis arbejder disse elementer dog sammen. (Livingstone 2001:326).

For det første flytter stadig flere og stadigt mere avancerede medier ind i de unges egne værelser og bliver dermed i høj grad private. Individualiseringen betyder, at man selv kan vælge sin platform og, i vid udstrækning, sit indhold. Det betyder også, jævnfør Fritidsundersøgelsen 2004 (Bille m.fl. 2005), at omfanget af mediebruget stiger – dels fordi man ikke skal forhandle med andre om bruget, dels fordi det er lettere at have flere medier i gang samtidig i det private rum. For det andet foregår der en personliggørelse af medierne i form af en iscenesættelse af deres anvendelse og betydning. Alle personlige medier er på sin vis indstillet til ejerens brug og præferencer, men de digitale kommunikationsmidler er i særlig grad modificer- og identificerbare som den individuelle mediebrugers ejendom. Adgangskode, set-up i menuer og profiler og de valgte æstetiske og funktionelle virkemidler i menuer, forsider, profiler med mere er med til at bestemme det enkelte medie i forhold til ejeren og omvendt. Samtidig ligger der i alle de informationer, mediet lagrer om brugerens bevægelser (logfiler) foruden kontakter, en dokumentation af den enkeltes tilværelse, identitet og netværk, som er ganske unik for brugeren, og en empirisk indgang til unges mediebrug.

Adgangen til mange egne medier, i særdeleshed de digitale giver hurtig og direkte adgang til mange informationer af enhver art og til kommunikation med venner og familie. Det er muligt at være opdateret på alt fra situationen i Irak til sportsresultater til emnet for næste danske stil til favoritgruppens nye pladeudgivelse til egen og andres status (plus nye mods⁴⁰) i favoritcomputerspillet til kærestens aktiviteter med vennerne – osv. Muligheden for at være i stadig, opdateret forbindelse med venner, bekendte og familie udnyttes i høj grad blandt informanterne.

⁴⁰ Mod = modifikation = bearbejdning af et element, en valgmulighed i et computerspil

Intensiteten, hvormed de digitale medier generelt set tages i anvendelse og får betydning i unges sociale og kulturelle praksisser, er bemærkelsesværdig. Hurtig integration og intensitet er imidlertid ikke ensbetydende med, at de unge brugere er meget avancerede eller



Figur 8, Paolo 9. klasse.

Denne tegning er én ud af 64 tegninger, som er fremkommet fra projektets empiriske undersøgelse. Om disse og om tegningernes status i afhandlingen se afsnittet "Afhandlingens datamateriale" s.20. Se desuden afhandlingens kapitel 3, "Metodologi og anvendte metoder."

Paolo kaldte sin tegning "Medier around the clock", hvilket er en ganske præcis beskrivelse af, hvordan et bredt udvalg af medier – digitale såvel som "traditionelle" - er integrerede i danske børns og unges hverdagsliv: tv, computer/Internet, bøger, telefon, musik. Urene på væggen indikerer, at nogle medier typisk bruges på bestemte tidspunkter. Der er også tydeligvis tale om samtidig brug af flere medier. De to tidslinje-pile som indrammer tegningen, antyder kontinuiteten, mediebrugens processuelle karakter. Det går bare derudad, i det hele taget og med mediebrugen.

Detaljerne i tegningen er informative: det er for eksempel tydeligt, at computeren er opkoblet til Internettet via et modem, musikken strømmer fra diverse højttalere som baggrund for andre aktiviteter – her computerspil og arbejde, formentlig lektier, ved skrivebordet. Midt i rummet, omgivet af alle de elektroniske medier, ligger et blad eller avis og demonstrerer, at Paolo ikke udelukker de trykte medier.

bruger de dyreste, mest avancerede medier. Det gælder kun ganske få i den aldersgruppe, jeg undersøger. Det, der skaber intensiteten er antallet af medier, valgmulighederne for kanaler og indhold, den stadige tilstedeværelse kombineret med, at unge kan bruge så megen tid og energi på deres medier, og at de er meget fokuserede på funktionalitet i forhold til direkte omsætning og anvendelse i ungdomskulturer og sociale praksisser.

Homogenitet og diversitet

Som det fremgik af diskussionen om ungdomsbegrebet, er det teoretisk velbegrunder at tale om unges særlige mediekulturer som helhed.

Imidlertid tegner der sig også en række variationer i forhold til mediebrug, præferencer og holdninger. Variationerne bestemmes i høj grad af adgang, herunder økonomiske muligheder for anskaffelse og betaling for brug, af interesser ud fra alder, køn og baggrund, og af normativt bestemte vilkår, herunder begrænsninger som forældre eller andre pålægger mediebrugen i forhold til tidsbrug, økonomi, eller indhold.

Forældrenes prioriteringer i forhold til medieanskaffelser, både til hjemmet i almindelighed og til ungdomsværelset, hænger til dels sammen med deres egen uddannelsesmæssige, sociale og kulturelle baggrund, således at forældre med en mellemlang eller længere uddannelse er mere tilbøjelige til at holde en daglig avis eller have huset fuld af bøger (jf Stald 1997 og 1998). Samtidig er økonomiske muligheder og prioriteringer bestemmende for, hvilke medier der kan anskaffes hvornår, for eksempel avancerede computers, mobiltelefoner og internetadgang i hjemmet.

For nogle unge, især de yngste, lægger forældre begrænsninger på for eksempel, hvornår man må kommunikere, hvilket indhold man må hente, hvem man må tale med. Andre forældre regulerer tidsbrug, ikke sjældent begrundet i de økonomiske omkostninger ved for eksempel telefonbrug og Internet⁴¹.

Samlet set tyder resultaterne af tidligere undersøgelser dog på (f.eks. Bille 2005; Drotner 2002; Stald 1998), at forskelle udløst af økonomiske begrænsninger mindskes med alderen, blandt andet fordi de unge selv prioriterer mediebrugen højt, og ofte vil være i stand til at tjene egne penge til for eksempel mobilbrugen. På én eller anden måde får man skaffet en computer, en telefon, et tv, en dvd-afspiller, en mobiltelefon.

Denne udvikling i retning af voksende selvstændiggørelse gælder også omfang og indhold af brugen, som i stadig højere grad med alderen styres af den unge selv. Det vil sige, at det, jo ældre den enkelte er, i stadig højere grad er vedkommende selv, der prioriterer. Som nævnt er de personlige medier i private omgivelser første trin i denne udvikling for den enkelte.

⁴¹ Statistik kan påvise forskelle i adgang til medier, men ikke alene forklare baggrunden for de mønstre, der tegner sig.

Hastig omsætning

Unge mediebrug er markant ikke blot i kraft af intensiteten i anvendelsen af visse medieformer og den kreative udforskning af nye muligheder i såvel nye som velkendte medier, men også i kraft af den hast, hvormed nye medieteknologier og medieudtryk integreres og omsættes i ungdomskulturerne. På den ene side er der tale om hurtige skift eller en form for troløshed overfor traditionelle medieformer og medieindhold. På den anden side kan interessen flyttes til nye medieformer, der leverer en bedre, mere effektiv variant, eller til medieprodukter, der kan tilbyde nye oplevelser.

Sonia Livingstone og Moira Bovill siger i deres indledning til midtvejsrapporten fra *Children, Young People and the Changing Media Environment*, at forskere, der studerer ungdomskulturer, studerer 'a moving target' (Livingstone og Bovill 1998: 437). Målet bevæger sig, fordi der med de nye medier sker en række hastige forandringer: den teknologiske udvikling tager fart med digitaliseringen, service-mulighederne udvides og ændres, der foregår en social diffusion i globale processer, der opstår nye og hybride tekstformer og i sidste ende bevirker disse historiske forandringer ændringer i vores sociale og kulturelle praksis. Dette gælder i høj grad for de unge, der dels er tæt på udviklingen gennem integration af de ny medier og muligheder i deres hverdagsliv, dels hurtigt omsætter denne integration og de erfaringer, der dannes, i deres sociale og kulturelle praksisser.

Et eksempel på det tempo, hvormed udviklingen indenfor integration henholdsvis forkastelse af medier og medieformer finder sted, er brugen af internet. I den danske del af *Children, Young People and the Changing Media Environment* undersøgelsen fra 1996-97 havde kun få adgang til internet i hjemmet, og lidt flere på biblioteket eller i skolen, og tilsvarende få kunne siges at være rutinerede internetbrugere. Blandt deltagerne i undersøgelsen var der en udbredt skepsis, især blandt pigerne, over for internettets potentialer og en vis skræk for internettets negative sider (Stald 1997, 1998, 2000). Blandt deltagerne i afhandlingens undersøgelse fra 2000⁴² havde knap 9 ud af 10 adgang til computer i hjemmet og knap 6 ud af 10 havde adgang til internet. En undersøgelse af unges mobilbrug fra foråret 2006⁴³ viste, at 98 % af de 15-17årige har daglig adgang til internet, heraf langt de fleste i hjemmet.

I 2000 var brugen af såvel computer som internet langt mere udbredt, end det var tilfældet i 1996/97 både i forhold til omfang og anvendelse. Da der ikke er tale om et tidsstudie blandt deltagere i de kvalitative undersøgelser eller en kvantitativ panelundersøgelse, kan man ikke pege direkte på et udviklingsperspektiv. Diverse statistiske undersøgelser peger imidlertid på et mønster, hvor øget adgang matcher øget anvendelse: SFU (Fridberg 1997), BUFS (Drotner 2002), af Fritidsundersøgelsen (Bille m.fl. 2005) samt af *Mobile medier*,

⁴² Ifølge spørgeskemaundersøgelse fra dette projekts empiriske undersøgelse. Se kapitel 3 og 4..

⁴³ *Mobile medier, mobile unge II*. Survey med 629 deltagere mellem 15 og 24 år. Undersøgelsen kortlagde brug af digitale medier, herunder adgang til og brug af internet, med særligt henblik på brug og betydning af mobiltelefonen.

mobile unge 2004 og 2006. Særligt interessant er det, at unge danskere fra 1997 synes at have bevæget sig fra generelt begrænset kendskab til og skepsis over for internettet til en situation i 2000, hvor stort set alle deltagerne bruger internettet ofte og uden de store vanskeligheder. Situationen i 2006 er, at flere unge danskere har fået adgang til personlige, digitale medier som internet og mobiltelefon, og at omfanget af funktioner og ikke mindst datakapaciteten og – hastigheden er forøget betragteligt. På den ene side er de basale anvendelser af de digitale medier til kommunikation, information og underholdning de samme, på den anden side indvirker næsten 100 % dækning af internet i hjemmet og mobiltelefon i lommen på betydningen af de digitale medier i kommunikationsmønstre, omfanget af medieret mikrokoordinering i hverdagslivet og stadig opdatering gennem alle former for medieret information.

Digitale medier

Det centrale spørgsmål i en analyse af unges forhold til digitale medier er i højere grad end det enkelte medieprodukts tekniske muligheder de generelle træk ved brugsfunktionerne og de træk, der går igen ved brugen af de forskellige medier: drejer det sig om underholdning, information, kommunikation eller flere ting på en gang? Hvilke indholdsmæssige og oplevelsesmæssige træk går igen og hvilke er nye? Og hvordan indgår medierne i de sociale og kulturelle praksisser i ungdomskulturerne?

Gennem historien har unge været relativt hurtige til at tage nye medier til sig. For de elektroniske medier drejer det sig om radio, film og telefon i begyndelsen af det 20. århundrede, gramfonen i 30'erne, tv i 50'erne og 60'erne, spolebåndoptageren i 60'erne og kassettebåndoptageren i 70'erne, sammen med videoen, cd-afspilleren i 90'erne, pc'ere og spillecomputers af enhver art i 80'erne og 90'erne, internet, dvd og mobiltelefoner med diverse funktioner fra midtialfemserne og frem (*Dansk Mediehistorie 3+4*; Drotner 2000; Stald 2000 og 2005). Nysgerrigheden efter at udforske nye mediers muligheder og potentialer i de ungdomskulturelle universer er altså ikke ny for unge i år 2000, men opleves måske som sådan, fordi den teknologiske udvikling af digitale medier, omsætningen og afløsningshastigheden er så stor.

Interessen for de digitale medier gælder imidlertid især de populære, billige og teknologisk let tilgængelige medier. Det vil sige, unge mediebrugere er ikke generelt meget hurtige til at anskaffe, udforske og anvende avanceret ny medie- og kommunikationsteknologi. I de seneste år har Everett Rogers teori om *Diffusion of Innovation* (Rogers 1983, opr.1962) oplevet en gevaldig renæssance indenfor specielt markedsrelaterede analyser af, hvordan ny teknologi integreres i befolkningen, herunder i særlige grupper. Han deler befolkningen op i fem grupper: innovators (2,5 %), early adopters (14 %), early majority (34 %), late majority (34 %) og laggards (16 %). Ifølge især *Mobile medier, mobile unge*-undersøgelserne (Stald og Østergaard Madsen 2005, Stald 2007 og 2008) følger de unge mediebrugere denne

fordeling: få unge ligger i den mest avancerede gruppe, lidt flere er tidligt interesserede i funktioner og anvendelse, mens størstedelen af unge brugere ligger i gruppen af early majority. Teorien inddrager dog ikke kontekstuelle vilkår, som for eksempel kombination af flere medier eller personalisering af det enkelte medie. De empiriske kapitler ser nærmere på, hvem der er hurtige henholdsvis gennemsnitlige henholdsvis langsomme til at tage nye medier til sig, hvorfor og hvad det betyder i de sociale og kulturelle processer.

En væsentlig pointe er, at unges mobilitet i særlig grad befordres af de digitale medier. Det sker dels i lokale kontekster, hvor mikrokoordinering af alle hverdagslivets planlagte og spontane aktiviteter blandt andet giver unge et frirum i forhold til forældre og andre institutioner.

Mobiliteten handler imidlertid også om at kunne overskride både fysiske og virtuelle grænser. Unge danskere er fysisk meget mobile i deres lokale miljø i dagligdagen og med jævne mellemrum i større, globale perspektiver. Samtidig bliver flere og flere medier enten direkte mobile/bærbare eller i det mindste tilgængelige (f.eks. 'din e-mail' og 'din personlige internetadgang') fra andre steder end den lokale base. Den unge danske mediebruger bevæger sig virtuelt fra rum til rum, oplever fællesskaber på tværs af fysiske afstande, deler oplevelser og erfaringer, henter information, der tidligere ville være lokaliseret i sin fysiske base på den anden side af jorden. Med de digitale medier er informationen for alvor blevet mobil. Det vil sige, at kommunikation af alle former for information er mulig i et eller andet format, enten i udveksling i interpersonelle relationer, af nyhedsstrømme med uendelige links til mere information, eller databaser, hvor man kan søge efter stort set alt. I kapitel 5 og 6 kommer jeg nærmere ind på, hvordan dette opleves af undersøgelsesdeltagerne i forhold til lokal forankring og global mobilitet.

Selvom der sker en stadig udvikling af teknologisk konvergens i og mellem forskellige digitale medier, har de stadig hver deres primære anvendelser. Det gælder for eksempel mobiltelefonen, der har udviklet sig til en håndholdt multimediecomputer – nok anvender især unge forskellige praktiske funktioner som ur, alarm, adressebog, computerspilplatform, fotoapparat og så videre, men den dominerende funktion er stadig samtale og sms (Bille m.fl. 2005, Stald og Østergaard 2005, Stald 2007). Medier vælges efter behov og funktionalitet i situationen.

Et sidste nyt potentiale er, at de digitale medier gør de unge brugere til deres egne producenter og distributører. Mulighederne for at downloade, sample, brænde og kopiere mellem maskiner betyder, at man kan sammensætte sit eget underholdningsudbud mobilt såvel som derhjemme. Man kan få adgang til musiknumre via fildelingsprogrammer⁴⁴, brænde

⁴⁴ Omsætningen af medieindhold og – præferencer er accelereret betydeligt med muligheden for digital kopiering, og ikke mindst med bredbånds Internetforbindelser. Programmerne er verdensomspændende og man har ingen ide om, hvor i verden afsenderen befinder sig, fordi alt lagres i et fælles filsystem. Napster havde været på banen et års tid i 2000, og var lynhurtigt blevet udbredt blandt alle, der dels var interesserede i musik, dels i fri adgang, dels i at lege med kopiering og kompilering. I dag er flere pro-

egne musik cd'er, spil, film osv (så vidt sikkerhedskodningen tillader det), men også videreformidle egne præferencer. Muligheden for via usb-porte og andre interfaces at lade medierne kommunikere indbyrdes omsætter medieprodukterne i unges kulturelle og sociale praksisser. Produktion af hjemmesider, musik, billedredigering, tegneprogrammer, leg med mobilens visuelle og sproglige muligheder er alle aspekter af de digitale muligheds grænseoverskridende potentialer, som er prøvet af de fleste unge og anvendes af en del.

Kommercielle mediekkanaler og medieprodukter

Unge danskeres mediebrug er i høj grad dækket ind af kommercielle produkter med undtagelse af indhold og tjenester fra public service-medierne, alternative producenter og egenproduktion.

En af de danske medieinstitutioner, der tilstræber at fastholde ungdomssegmentet som kernebrugere, er *Danmarks Radio*. Selvom denne public service bastion netop ikke er en kommerciel virksomhed, opererer DR på samme marked som kommercielle nationale og globale aktører og må derfor indrette sig efter konkurrencen i såvel planlægning og produktion som markedsføring. DR har med sine fire medieplatforme (TV, radio, internet og mobil) og traditioner for nyskabende og populært ungdomsstof både ambitionen om og forpligtelsen til at levere kvalitet i public service-traditionens ånd, og konkurrencen fra kommercielle medieproducenter på alle områder. Konkurrencen foregår på tre niveauer:

For det første er konkurrencen global. En stor del af de mest populære medieprodukter er produceret af internationale mediekorporationer, hvis ikke i form af færdige produkter, så i form af koncepter, der kan transformeres mere eller (som regel) mindre bearbejdet til en national kontekst.

For det andet er konkurrencen tværmedial. Medieprodukter sælges ofte som led i livsstilskoncepter og som del af et omfattende sekundært produktudvalg, knyttet til medieproduktet.

For det tredje står alle konkurrenter overfor et særlig labilt ungdomsmarked. Unge danske mediebrugere er delt mellem lyst- eller behovsbetonede mediebrug på den ene side og på den anden side deres erkendelse af, at en meget stor del af deres oplevelser, kommunikation og information er produkter, som nogle tjener ufattelig godt på.

Unge danske mediebrugere er altså en del af et globalt mediemarked og deler produkter, anvendelser og oplevelser med unge og andre mediebrugere over det meste af verden. Internationale medieprodukter er på mange måder kollektivt delt fælles referenceramme, lokalt og globalt, i det fælles fysiske eller virtuelle rum. Samtidig transformeres anvendelse

grammer tilgængelige, alle i evig konflikt med anti-piratbevægelser, bortset fra de, der udspringer fra underholdningsbranchen selv og som tager penge for downloads.

og betydning i en lokal kontekst, der giver mening for den enkelte i situationen. Således er mediekulturer med global forankring også præget af kulturel diversitet.

Forandring

To forhold, der især karakteriserer unges mediebrug, er udvikling og forandring. Udviklingen er til dels beskrevet i punkt 3, og handler om, hvordan nye medier modtages af brugerne, og hvordan de afløser gamle medier. Med *forandring* tænker jeg i afhandlingens kontekst på de bredere sociale og kulturelle forandringsprocesser, der sættes i gang af og virker tilbage på medialiseringen (se del 2.2 samt Livingstone 1998; Jensen 2000 og 2002). Sonia Livingstone påpeger, at mediernes betydning i forhold til social forandring ikke bør diskuteres i forhold til opkomsten af den enkelte medieteknologi, men i forhold til spørgsmålet: 'what it is about a culture at a particular historical point that facilitates the adoption of one medium over another or that encourages the appropriation of that medium within a particular set of cultural meanings and practices' (Livingstone 2002:15). Således slår betydningen af nye mediers integration slår først og fremmest igennem i betydelige forandringer i tidslige, rumlige og sociale relationer (Livingstone 2002:16).

På dette historiske tidspunkt hænger mediers og mediekulturers potentiale til social forandring sammen med globaliseringen. 'The processes of globalization of media and culture are seen by many as the means par excellence by which such social changes are affected'. Individualiseringen af mediebrugen og adskillelsen af betydninger fra deres produktionsmæssige kontekst er blandt de essentielle vilkår i en stadig mere globaliseret modernitet (Livingstone 1998:443). Ændringer i familiemønstre, høj grad af individuel mediebrug samt mulighederne for unge for at betragte sig selv og verden i nye optikker, giver anledning til udviklingen af anderledes sociale og kulturelle praksisser, også blandt voksne. Eksempler er transformationen af computerspil fra børne- til voksenkultur, og brug af sms og Messenger til interpersonel kommunikation. I begge tilfælde udvikler der sig tilsyneladende langsomt men sikkert en generel accept af nye brugsformer, koder og normer i medieret interaktion.

'Empowerment'⁴⁵

Der hersker enighed blandt de fleste forskere (for eksempel Gillis 1993; Livingstone 2002; Meyrowitz 1985; Sefton-Green 1998; Stald 2005) om, at børn og unge får større indsigt og større indflydelse gennem deres adgang til og brug af især digitale medier. Baggrunden er privatsfærens demokratisering, det vil sige, at børn og unge har opnået ret til at blive hørt

⁴⁵ Der findes ikke et tilsvarende ord på dansk, så jeg bibeholder det engelske udtryk. Empowerment-begrebet er især vokset frem fra socialpædagogiske teorier og praksisser (f.eks. Paulo Freire 1970/1993), henholdsvis udviklingsarbejde fra bunden og bredden i 3.verdenslande (f.eks. Jonathan Friedman 1992), og fra socialt feltarbejde (f.eks. Malcolm Payne 2005). I et kritisk empowermentperspektiv fokuseres på dialektikken mellem levevilkår og rettigheder henholdsvis ændringer i den subjektive bevidsthed, selvopfattelse og handlingskapacitet. Essensen er at man får/gives/opnår magt/indflydelse/potentiale gennem oplevelser/handlinger/valg.

og set og til at have indflydelse på beslutninger i familieregi, og at forældrene er blevet forpligtede på at beskytte børnenes rettigheder og give dem plads og indflydelse (Giddens 1993:184-5). Som led i samme udvikling underlægges unge dog også reguleringer og begrænsninger. Disse opstår dels som følge af forældrenes behov for/pligt til 'regulation and risk management' (Livingstone 1998:444), dels på baggrund af samfundets krav om opfyldelse af 'ungdomspligten': uddannelse, sund og fornuftig livsførelse og fremtidsplaner.

Meyrowitz fokuserer som Giddens på børns position i familien og analyserer specielt mediernes **demokratiseringspotentiale**, idet han hævder, at børn opnår 'empowerment' gennem medierne. Hans hovedargument er dels, at fjernsynet og telefonen bryder de traditionelle lineære hierarkier i vores hverdagskommunikation og ophæver voksnes videns- og erfaringsdominans. I telefonen kan 'almost anyone ... speak to anyone' (Meyrowitz 1985:161). Denne ligestilling forstærkes ved brugen af mobiltelefonen, der som nævnt er det optimalt personlige medie (til dato). Og ligestillingen fremmes potentielt endnu mere af internettet. For de, der kan læse og skrive, befordrer internettet anonymitet, muligheden for at henvende sig til fremmede, for social mobilitet, for at henvende sig til mange, til at være opsøgende eller distribuerende, og til at interagere og agere lokalt og globalt⁴⁶. Mediebru- gen befordrer herigennem børns og unges sociale mobilitet og giver direkte adgang til udveksling af informationer. Sefton-Green mener, at digitale medier på den ene side tilbyder de unge at optræde i den digitale 'realm'⁴⁷ med noget, der ligner voksens magt. Det vil altså sige, at man i kraft af kompetencer og interesser og aktivitet kan interagere på tværs af alder i digitale rum. På den anden side finder der ifølge Sefton-Green omvendt en 'process of juvenilization' sted, når voksne i fritiden også trænger ind i unges 'rum', og dermed delvis redefinerer voksnes position i unges tilværelse (Sefton-Green 1998:3). Et andet synspunkt, der tager afsæt i mediebru- gen som socialt og kulturelt forandringspotentiale er, at elektro- niske medier har lettet udligningen af forskelle mellem børns og voksnes engang separate verdener (Gillis 1993:12). Det vil kort sagt sige, at de sædvanlige horisontalt aldersdefine- rede fællesskaber ifølge Gillis afløses af vertikale fællesskaber på tværs af alder.

Gillis' tese er troværdig i forhold til de overordnede indbyrdes relationer og også synligt i form af deling af præferencer, oplevelser og medieanvendelse. Men tesen er også, med udgangspunkt i henholdsvis Meyrowitz og Sefton-Green, problematisk: dels kan man ikke længere definere for eksempel computerspil som hørende til barndom / ungdom, dels reci- pieres og omsættes medieoplevelser i deres sociale og kulturelle kontekst, dels befordrer mediebru- gen etablering af 'fri-rum', der ekskluderer uvedkommende. Unge har, som nævnt, behov for at definere ungdomskulturelle rum, som de i deres venskabsrelationer

⁴⁶ Siden 1985: *No Sense of Place* har Meyrowitz i høj grad beskæftiget sig med de digitale kommunikati- onsmediers potentialer, for eksempel på mobilforskningskonferencer i Budapest og publiceret i artiklen 'Global Nomads in the Digital Veldt' in Nyiri, Kristof (ed.)(2003): *Mobile Democracy, Essays on Society, Self and Politics*. Vienna: Passagen Verlag.

⁴⁷ Forstået som mulig 'verden'.

kan forme og udforske – og som derfor beskyttes så godt som muligt. Derfor trænger voksne ikke ind i ungdomskulturer, fordi de spiller samme computerspil, ser samme film, sms'er eller bruger Messenger.

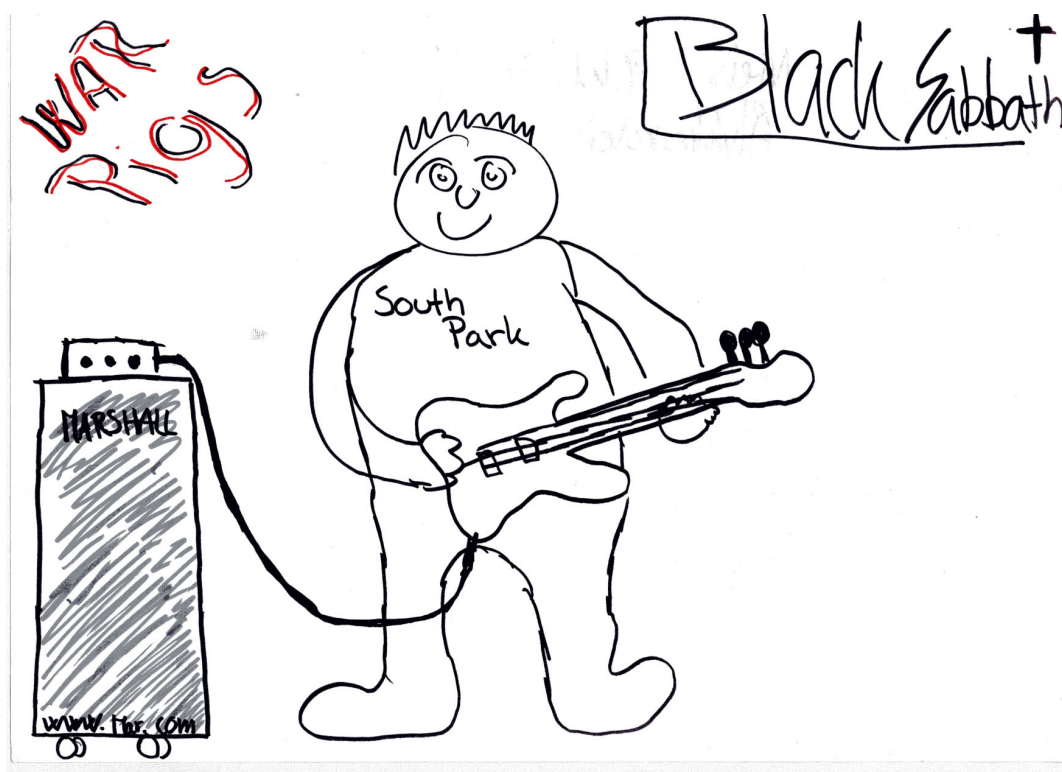
Empowerment temaet optræder også i unges mediekulturer i form af den **stigende interaktionsgrad** i tværmediale former, som når man i DRs portal *Skum*⁴⁸ har adgang til diverse programmer såvel på tv som i radio og via internettet, og samtidig har mulighed for at interagere via mail, chat, sms eller telefon i den direkte afvikling af programmet, eller når man i diverse online fora kan debattere såvel medieformer som – indhold og give erfaringer og holdninger i forhold til et givet emne videre. Medieinstitutionen tager i høj grad inputtet fra brugerne alvorligt. Og samtidig har den enkelte bruger direkte adgang til et stort antal andre brugere og har således en chance for at blive hørt, at få stemme i et større fora end i den brede vennekreds.

Oplevelsen af empowerment gennem mediebrugen kommer også til udtryk i form af **mobilitiseringssevne** gennem netværksfunktioner i forhold til diverse aktiviteter. Og det er magt gennem den gensidige direkte forbindelse, der giver mulighed for at være opdateret på andres aktiviteter, status og humør. Sonia Livingstone påpeger, at man er nødt til dels at se på unges brug af digitale medier som potentiel 'social inclusion', men at man også må spørge, hvorvidt der sker en 'exclusion of civic and cultural opportunities (of those without access)' (Livingstone 1998:4). Denne diskussion om den digitale kløft er betydeligt udbredt i de forløbne år, uden at man er kommet frem til en egentlig konklusion – dels fordi medieintegration er en stadig, hastigt transformerende proces, dels fordi forskellene i adgang, brug og betydning realiseres på flere niveauer. Det drejer sig for eksempel om adgang til de nyeste, avancerede medier, muligheder for at købe indhold og tjenester og udvikling af kompetencer til at udnytte disse.

Aktiv deltagelse gennem nye former for kreativitet og udfoldelse er endnu et empowerment-tema. Værktøjerne til at skabe egne tekster, egne spil, egne weblogs/moblogs eller tværmediale oplevelser bliver stadig lettere tilgængelige og mere populære. Endvidere skabes der uanede muligheder for grænseoverskridende sproglige eksperimenter. Ikke nødvendigvis i opposition til eksisterende formater, men med henblik på at udvikle egne udtryk og genrer. Figur 9 herunder er ét eksempel på dette. De digitale medier giver de unge brugere mulighed for at prøve sig selv og deres evner af i forskellige kontekster, der rækker ud over vennekredsen. Vennerne er dog fortsat oftest den primære gruppe, når man skal demonstrere, hvor langt man er kommet i et spil, hvordan man har løst et problem med at koble data fra forskellige platforme sammen, eller når man udfolder sig i en dialog i

⁴⁸ *Skum* fandtes ikke i sin nuværende form i 2000, da projektets empiriske undersøgelse fandt sted, men der var forskellige forløbere, der havde samme, om end begrænsede funktion. *Skum* hed oprindeligt *Uland.net* og var en del af Uland-konceptet (kun netradio), men selve *Skum*-sitet blev lanceret 15.05.01.

et chatrum, når man skaber sin egen musik ved at sample bidder fra internettet, når man kombinerer tekst, billede og ikoner på nye måder på mobilen og så videre. Kreativiteten omfatter også brugen af medier som led i udviklingen af kulturelle og sociale frirum blandt andet i form af brud på normer, regler og til tider lovgivningsmæssige rammer for mediebrugen. For nogle har disse normbrud en funktion i sig selv som oprør mod både samfundsmæssigt og personligt definerede rammer og begrænsninger. For andre er der i højere grad tale om en ikke bevist grænseudfordrende, normudfordrende nysgerrighed.



Figur 9, Peter, 9. klasse

Denne tegning er én ud af 64 tegninger, som er fremkommet fra projektets empiriske undersøgelse. Om disse og om tegningernes status i afhandlingen se afsnittet "Afhandlingens datamateriale" s.23. Se desuden afhandlingens kapitel 3, "Metodologi og anvendte metoder."

Denne tegning er et eksempel på én form for kreativ udfoldelse – musik. Peter er en af de få, der har tegnet sig selv som aktiv udøvende musiker eller i det hele taget kreativ. Hans elektriske guitar og forstærker er hans foretrukne medie, og han er med stor sandsynlighed i færd med at spille det temmelig gamle rocknummer *War Pigs* af *Black Sabbath* (fra albummet *Paranoid*, 1970). Sort musik gennem forstærkeren og reklame for den sorte satiretegneserie *South Park* på trøjen – men Peter selv er meget positiv og tilfreds, så længe han kan spille sammen med sin kammerat og hygge sig med sine foretrukne serier og film.

En lille fiinte er, at højttalerens producent, Marshall (relativt dyrt amerikansk mærke) er angivet på højttaleren, både ved navn og ved hjemmeside. Den angivne hjemmeside viser i dag ganske vist hen til et multinationalt selskab, The Avnet Electronics Marketing team. Hele scenariet demonstrerer tilfredshed med at være en aktiv del af en kultur.

Bekymringstradition

Forholdet mellem unge og medier påkalder sig til stadighed opmærksomhed – indenfor forskning, i offentligheden og i det politiske system - fordi omfang, intensitet, integrationsgrad- og hast, variation af udtryk og afprøvning af nye muligheder er så massive og synlige udtryk for unges mediebrug. En del forskning og offentlig debat om mediernes betydning for unge og for samfundet tager afsæt i begreber om 'moralsk' eller 'kulturel panik'. Når jeg imidlertid foretrækker betegnelsen 'bekymring'- frem for 'panik', skyldes det diversiteten i såvel argumentation, som i 'bevisførelse', relevans og niveau i forhold til den kritiske diskurs og refleksion. Populært set er der ofte tale om et dikotomisk forhold mellem positive henholdsvis pessimistiske betonedede vurderinger eller måske slet og ret følelsesbetonedede holdninger i tilkendegivelser om betydningen, 'effekten', af unges mediebrug, med en overbalance mod det bekymrede udgangspunkt. Anne Scott Sørensen beskriver de prototypiske og dikotome positioner således:

Den ene side har været domineret af et 'bekymringsnarrativ', der har defineret unge som passive og afhængige ofre, og som har været iblandet en god del teknofobi. Den anden side har været domineret af den ukritiske 'succeshistorie', hvor unge har været set som suveræne og kompetente aktører, og den har omvendt været iblandet en god del teknofili.

(Scott Sørensen 2002:31)

Traditionelt har der gennem mediehistorien været særlig fokus på mediernes indhold og deres effekt på receptionen (moralsk, kulturelt) på unge og i videre forstand på samfundets værdigrundlag. Bl.a. Kirsten Drotner og Ulf Boëthius har effektivt beskrevet mediepanikker i moderniteten (Drotner 1992, 1999; Boëthius 1995). Herudover har der været fokus på, hvorledes medierne har forandret sociale relationer, herunder forholdet mellem udfoldelse i privatsfæren henholdsvis i det offentlige rum (ét eksempel er de Sola Pool 1977) samt mediernes betydning i socialiseringen af børn og unge (for eksempel Himmelweit et al. 1958). Med opkomsten af nye digitale samværsformer og det stadig mere sammensatte mediemiljø for børn og unge har bekymringen fået nye aspekter. Et eksempel er forestillingen om, at den konstant medierede interpersonelle udveksling med mange forskellige personer medfører mindre 'ægte' kontakt, hurtig udskiftning i relationer, ingen dybe venskaber og nye behov for konstant bekræftelse af sociale relationer. Et andet eksempel er bekymringen for børns og unges sikkerhed og rettigheder i mediebruget, der hyppigst drejer sig om farerne for at møde pædofili, porno, mobning og asociale/udemokratiske holdninger på internettet. Et tredje eksempel er, hvorvidt behovet for at være stadig på og opdateret kan medføre stress på grund af konstant tilstedeværelse og uoverskuelighed, manglende selvverd og deraf følgende behov for konstant bekræftelse og jagten på medierede idealer. Andre eksempler er mobile mediers forstyrrelse af undervisning/koncentration i skolen, tidsmæssigt og økonomisk overforbrug af internet, computerspil, chat, mobiltelefoni. Potentielle helbredseffekter er endnu et område, der optager forskere, offentlighed og forældre.

Det drejer sig for eksempel om fedme/dårlig kondition som følge af mange timer foran skærmen, epilepsi som følge af mange timer foran spil med en bestemt frekvens for skærmsignalet, eller hjerneskade som følge af heftig mobiltelefoni. Selvom disse nye aspekter af mediebekymringer er væsentlige, er fokus på indholdets og receptionens betydning ikke glemt og spejler i nogen grad tidligere perioders bekymringer. Det handler for eksempel om frygten for eventuel udvikling af voldelige tendenser i kraft af megen underholdning med realistiske repræsentationer af død og vold, ikke mindst i interaktiv udfoldelse i spil. Det handler også ganske overordnet og til stadighed om bekymringen for dansk kultur i lyset af de globale mediers og medieprodukters andel af danskernes mediebrug. Men det drejer sig også stadig, mere diffust, om frygten for devaluering af danske, rodfæstede normer, moral og etik, frygt for manglende originalitet, dårlig kvalitet, forfladigelse, ødelæggelse af sprog og andre kulturelle værdier.

Centrale internationale forskere som Buckingham (1993 og 1996) og Livingstone (2002) har peget på, at medierne ofte gives skylden for mange problemer blandt unge og i samfundet, men at der derved sker en forskydning af problemerne fra de bagvedliggende sociale, kulturelle og politiske aktører til de synligt eksponerede og eksponerende medier. Livingstone mener endda, at forskning, der tager afsæt i 'moral panic' normalt ikke kan bidrage produktivt til nye forståelser, fordi antagelserne omkring en direkte sammenhæng mellem mediebrug og problemer sjældent kan verificeres empirisk. Livingstone anlægger selv et positivt udgangspunkt for sin forskning:

.. far from finding that teenagers are turned by computer games into lonely, isolated addicts unable to communicate with each other, it seems that teenagers are incorporating new media into their peer networks, using both face-to-face and online communication, visiting each others' houses to talk about and play computer games just as they visited and swapped comics a generation before, using new media to supplement rather than displace existing activities.

(Livingstone 2002:6-7)

Læst i sin sammenhæng betyder dette ikke, at Livingstone afviser mulige negative konsekvenser af unges mediebrug. Også denne afhandling tager som sit udgangspunkt, at forklaringerne på unges potentielt og faktisk problematiske opførsel, selvforståelse og samfundsopfattelse skal søges i langt mere komplekse send i en simpel årsagsformel som $ung + medie = effekt = problem$.

Moralsk panik er således primært interessant, hvis den indgår i informanternes egne opfattelser og holdninger og dermed i de kontekster, hvor unge og medier mødes. Se for eksempel Asbjørns tegning i figur 42, sidst i kapitel 6. Asbjørns tegning kan kombineret med interviewet ses som en satirisk kommentar til moralsk panik med en kobling af selvrefleksion omkring egen mediebrug.

3 METODOLOGI OG ANVENDTE METODER

Formålet med dette kapitel er dels at præsentere begrundelsen for afhandlingens metodevalg i metodologiske overvejelser om, hvordan man overhovedet kan undersøge afhandlingens problemstilling, dels at præsentere og diskutere de metoder, der er anvendt i afhandlingens empiriske undersøgelse. Kapitlet bevæger sig fra de teoretiske overvejelser om metodevalg i lyset af forskningsprocessen, til beskrivelsen og diskussionen af de faktisk anvendte undersøgelses- og analysemetoder. Disse to afsnit bindes sammen af en præsentation af en metodepalet, der giver et overblik over de metoder, der anvendes. Metodepaletten peger tilbage mod de teoretiske overvejelser og frem mod metodevalget i praksis. Selve kapitlet følges af en analyse af undersøgelsens konkrete fund i de to centrale analysekapitler.

3.1 Metodologiske overvejelser

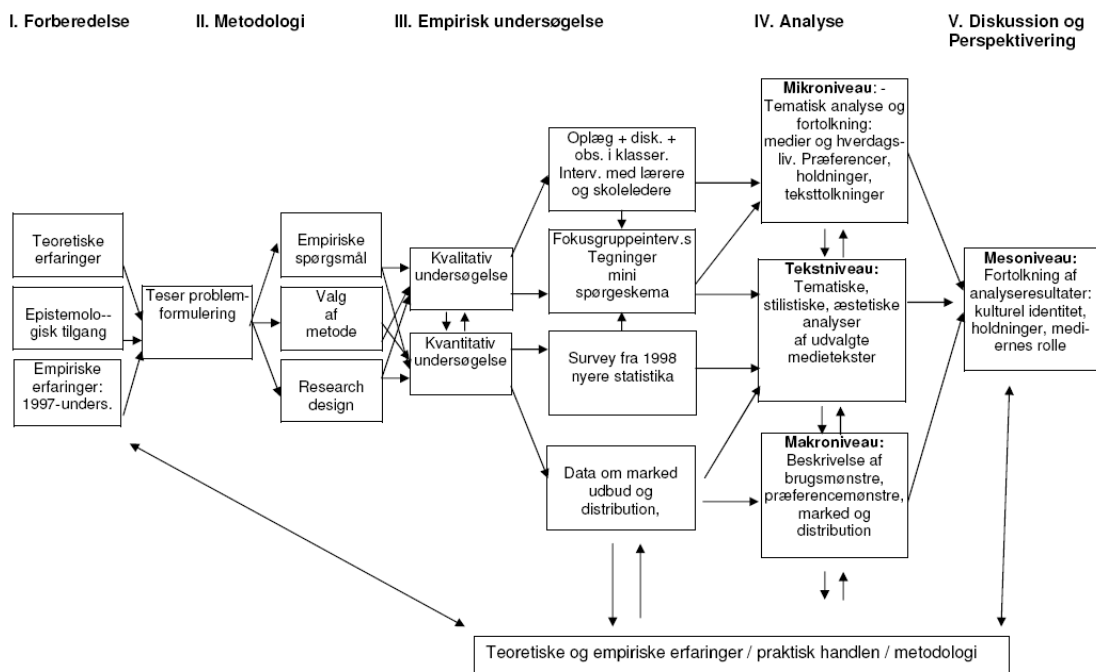
Forskningsprocessen

Figur 10 herunder viser en grafisk afbildning af projektets forskningsmæssige proces. Fremstillingen er inspireret af Stig Hjarvards model i en diskussion af forholdet mellem opstillingen af metodologier, som Hjarvard kalder 'handlingsskemaer', og implementeringen af disse i konkrete situationer (Hjarvard 1995:51-53), med særligt henblik på brug af kvantitativ metode.

I Hjarvards model opereres med fire faser, idet analysedelen dækker 'operationalisering af begreber til empirisk anvendelige kategorier', 'konstruktion af datamateriale', 'matematisk bearbejdning af datamateriale' og 'analyse af bearbejdet datamateriale'. Formålet med modellen og med at inddrage den i afhandlingens metodologiske fremstilling er, at anskueliggøre, hvorledes de forskellige lag i et forskningsprojekt bygges op og er indbyrdes forbundet. Modellen giver en overskuelig fremstilling af en generel, kompleks proces, og systematiserer forholdet mellem lagene i processen i forhold til den virkelige proces' komplekse og ikke ganske lineære forløb. I afhandlingens sammenhæng er modellen brugt som arbejdsredskab både under planlægningen af forskningsprojektet og i en efterrationalisering af, hvorledes forløbet har fundet sted. I skriveprocessen har modellen bidraget til en refleksion over, hvad der på forskellige tidspunkter og niveauer har bidraget til afhandlingens projekt.

For at gøre det tydeligere end i Hjarvards model, hvorledes de enkelte led i processen forholder sig til hinanden, opdeler jeg den forskningsmæssige proces i fem faser: forberedelse, metodologi, empirisk undersøgelse, analyse og diskussion/perspektivering.

Under 'Fase I, Forberedelsen', oparbejdes teoretiske og empiriske erfaringer indenfor en overordnet epistemologisk tilgang til teser og problemformulering. I løbet af processen foregår der en bevægelse mellem erfaring og analyse, idet, med Hjarvards formulering, 'den teoretiske del af analysen ikke kan reduceres til en hypotese om sammenhæng mellem to (eller flere) variable. Hvad enten det formuleres eksplicit eller ej, indebærer analysen altid en bestemt begrebslig bestemmelse af genstandsfeltet, som influerer selve analysen' (Hjarvard 1995:53). Metodologien og omsætningen i anvendte metoder har altså, kort sagt, indflydelse på analysens forløb og resultater. Under opbygningen af forløbet i 'Fase II, Metodologi' sker der endvidere en 'stadig inddragen af viden om såvel metodologi som generel viden om teori og empiri samt udtalte konventionaliserede skemaer for meningsfuld praktisk videnskabelig handling' (Hjarvard 1995:53). I forhold til mit projekt bidrager analysen med ny indsigt i mediernes betydning i hverdagslivet og herigennem med teoretisk indsigt.



Figur 10. Projektets forskningsmæssige proces. Modellen er inspireret af Stig Hjarvards model "Revideret model af forskningsproces med brug af kvantitativ metode" (Hjarvard 1995:52)

'Fase III, Empirisk undersøgelse', tager afsæt i de empiriske spørgsmål, der er opstillet, og det research design, der er tilrettelagt. I forhold til afhandlingen betyder det ikke alene en kombination af kvantitative og kvalitative metoder, men anvendelse af flere forskellige metoder indenfor disse to overordnede tilgange. Anvendelsen af forskellige metoder både fordrer og muliggør analyser på flere niveauer. Som det ses af den figurative fremstilling foregår der i denne konkrete forskningsproces for det første en fremadrettet, horisontal

bevægelse i en kronologisk følge, hvor gennemførelsen af den enkelte fase er forudsat af den forudgående. For det andet foregår processen som en bagudrettet bevægelse, hvor analysen og diskussionen af analyseresultaterne indvirker på de teoretiske erfaringer. For det tredje foregår der en samtidig vertikal bevægelse mellem de forskellige led i de forskellige faser. Det vil sige i kombinationen mellem vertikale bevægelser og den horisontalt skitserede proces sker der en opgradering af materialet, idet de forskellige dele af undersøgelsen henholdsvis analysen ikke alene supplerer hinanden, de kvalificerer fortolkningen af de enkelte dele. Som argumenteret i afsnittet om brug af multiple metoder nedenfor, kan anvendelsen af flere metoder her ikke blot (be)vise det samme fra flere positioner, men muliggøre nye tolkninger og perspektiveringer (Deacon et al., 1999).

Forholdet mellem teoretiske udgangspunkter, metodologiske overvejelser og metodevalg

Globale medier, lokale unge tager udgangspunkt i det, der er blevet beskrevet som 'tredje generation' af receptionsforskningen⁴⁹

The third generation entails a broadened frame within which one conceives of the media and media use. (.....) The objective is to get a grasp of our contemporary 'media culture'. Particularly as it can be seen in the role of the media in everyday life, both as a topic and as an activity structured by and structuring the discourses within which it is discussed. (.....) The third generation resumes an interest in programmes and programming, but not as texts studied in isolation from their usage as an element of everyday life.

(Alasuutari 1999:6-7)

Man kan altså sige, at fokus, eller analysens objekt, hverken er medierne eller brugerne, men de kontekster, hvor medier og brugere mødes og mening opstår.

I følge Larry Grossberg er de fleste forsøg på at foretage sådanne 'holistisk' anlagte analyser af mediebrug udtryk for det, han kalder 'weak contextualizations', som oftest er analyser på tværs af empirisk materiale opnået ved ganske få forskellige metoder (Grossberg 2000, foredrag). Jankowski og Wester mener med henvisning til Katz og Liebes henholdsvis Lulls studier af tv-publikum, at man ikke kan se på et isoleret fænomen og derved 'claim a holistic approach' (Jankowski og Wester 1991:55). Denne argumentation er relevant for afhandlingen, idet besvarelsen af afhandlingens problemstilling kræver, at problemområdet undersøges fra flere vinkler og med forskellige optikker.

Heller ikke David Deacon (Deacon et al. 1999 og foredrag 2000) finder betegnelsen 'holisme' dækkende for den meste receptionsforskning. Han foretrækker begrebet 'synergi' for et

⁴⁹ Ikke at forveksle med den 'third period' i udviklingen af kvalitativ research i 'the late period', som for eksempel Jankowski og Wester beskriver (Jankowski og Wester 1991:59)

panoptisk perspektiv, hvor de enkelte metodiske tilgange potenseres inden for et samlet metodologisk forskningsdesign og dermed hver især producerer større forklaringsværdi.

Inden jeg beskriver projektets konkrete brug af multiple metoder i forhold til den forskningsmæssige proces, er der behov for at udrede kernebegrebet 'kontekst'. Et væsentligt tema i diskussionen af 'kontekst' i receptionsforskningen har været spørgsmålet om objektets flygtige væsen, som normalt forsøges indfanget via flere videnskabelige discipliner. David Silverman mener, at man ikke kan (be)gribe et fænomens autenticitet, kun lokalisere og forstå fænomenerne gennem fortolkning af den dokumentation, man kan indhente i forskellige former og derigennem gå bag om fremtræden til ikke sand virkelighed, men 'sand' virkelighed. "The phenomenon that *always* escapes is the 'essential' reality pursued in such work. The phenomenon that can be made to *reappear* is the practical activity of participants in establishing a phenomenon-in-context." (Silverman 1993:203). Denne opfattelse deles af blandt andre Grossberg, der mener, at kontekst ikke kan formateres eller forstås som stabil, men skal forstås som værende produktiv og i konstant forandring (Grossberg 2000). En væsentlig del af grundlaget for afhandlingens analyse består af undersøgelsesdeltagernes erfaringer og holdninger, som de kom til udtryk på undersøgelsestidspunktet, og dette fænomens "essentielle realitet" er flygtig. Undersøgelsens historiske kontekst indebærer på den ene siden mulighed for historisk dokumentation af faktisk mediebrug på det givne tidspunkt, men på den anden side også en flygtighed i forhold til deltagernes situation, erfaringer og holdninger på det givne tidspunkt. Det metodiske greb er så at genskabe en dynamisk kontekstuel forståelse, blandt andet ved at benytte forskellige metoder til afdækning og beskrivelse og gennem "thick descriptions" (Geertz 1973)⁵⁰ og multiple analytiske lag.

Hodge og Tripp forholder sig mere konkret end Silverman og Grossberg til betydningen af den kontekst-bevidste analyse af komplekse fænomener, og de fremhæver betydningen af en tværdisciplinær tilgang til forskning heri. Et af deres eksempler er, at man ikke kan beskæftige sig isoleret med ét aspekt af børns tv-sening:

So the disciplines or fields of knowledge that the researcher must be acquainted with are semiotics, or the study of meaning; psychology, or the study of mental processes; and social and political theory, or the study of social agency. Just one or two of these fields are not enough, since the phenomenon we must understand - children connecting television with the rest of their life - is a single complex phenomenon in which these different aspects are inseparable.

(Hodge and Tripp, 1986: 3)

Et hovedformål med kontekstualisering er i følge Sonia Livingstone og Moira Bovill at modvirke tendentiøs forskning, hvor forventede resultater bekræftes af data, som analyseres isoleret fra andre medvirkende faktorer:

⁵⁰ *Thick description* blev brugt af Geertz til at beskrive hans egen etnografiske metode. Jeg bruger dog ikke metoden i dens antropologiske oprindelige form, men i den forståelse som senere er blevet anvendt indenfor blandt andet sociologien. Pointen er, at metoden lægger vægt på kontekstens betydning for forståelsen af et fænomen, en handling eller holdning, og at betydningen (muligvis) ændres, når konteksten ændres.

Without such contextualization, research on children and young people tends to transform the positives and negatives of their lives into positive and negative children or young people, particularly negative ones (the Internet addict, the screen-zombie, the social isolate). Similarly, without contextualization research tends to pit 'old' media against 'new' media, failing to recognize the complex ways in which they are mutually entangled in everyday life. Furthermore, contextualization counters the tendency towards technological determinism evident within the literature on new media.

(Livingstone og Bovill 1998:440)

Som den sidste del af citatet angiver, kan manglende kontekstualisering begrunde teknologi-determinisme (som igen kan fremme for eksempel moralske panikker).

Den analytiske udfordring består i at afveje (nødvendig) kontekstualisering med (overdreven) kompleksitet. 'Kompleksitet' eller de uendelige kontekstkæder kan dække for en afklarende forenkling, der tillader projektets kernespørgsmål og de mulige svar at træde frem. Komplexiteten eksisterer i den empiriske virkelighed, men det er akademiske undersøgelses opgave at reducere kompleksiteter for dermed at overskride banale genbeskrivelser. Klaus Bruhn Jensen refererer til Meaghan Morris (1990), som kritiserede cultural studies for at tendere det banale:

Her point is that, because many analyses stay too close to the discourse of everyday life and common sense, they lack both social contextualization and reflective distance and, therefore, exaggerate the complexity and profundity of their data showing, for example, public resistance to a dominant social order. The challenge, accordingly, is to develop more comprehensive and systematic forms of analysis to probe the common sense of everyday interaction, as well as of particular research traditions, as part of a metadiscourse of scientific semiosis.

(Klaus Bruhn Jensen 1995:138)

Brug af multiple metoder

I medieforskningens metodologi er det almindeligt at opfordre til anvendelse af multiple metoder, triangulering eller begge dele, for at levere en dækkende analyse af kontekstuelle samspil mellem medier og brugere. Ifølge Kim Schrøder (Schrøder 1999) betyder triangulering måling af vinkler, idet man fra forskellige perspektiver observerer det samme punkt, mens anvendelsen af forskellige metoder giver flere komplementerende beskrivelser af det samme genstandsfelt. Schrøder kalder dette 'anvendelse af forskellige linser'. Jankowski og Wester peger med en reference til Denzin på opfattelsen af triangulering som mere end kombination af flere metoder, for eksempel surveys og fokusgruppeinterviews. I følge dette omfatter triangulering fire typer og flere dimensioner:

One of the most elaborate developments of the technique includes four types: triangulation of the data, the investigator, the theory, and the method (Denzin 1970). Data triangulation refers to the dimensions of time, space, and analytical level in which information is obtained. Investigator triangulation involves the more standard approach of using several analysts or coders, often as part of a multidisciplinary

nary team of scientists. Theoretical triangulation suggests application of concepts and perspectives from diverse theories and disciplines. Finally, methodological triangulation constitutes a research strategy in which different methods are employed for data gathering and analysis around a single object of study.

(Jankowski og Wester 1991: 62-63)

Skønt medieanalyser ikke altid præciserer deres tolkning af triangulering, udtrykker Jankowski og Wester en central konsensus: "Perhaps most important, triangulation can assist in constructing a more encompassing perspective on specific analysis, what anthropologists call "holistic work" or "thick description" (Jankowski og Wester 1991:63). Til dette formål benytter de empiriske kapitler af denne afhandling I hovedsagen data- og metodologisk triangulering, for eksempel tegninger og interviews, og både kvantitative og kvalitative tilgange.

Kvalitative og kvantitative metoder opfattes traditionelt som hørende til i forskellige videnskabsteoretiske retninger. Stig Hjarvard mener imidlertid ikke, at der 'hverken teoretisk eller epistemologisk er nogen forskel på kvantitative eller kvalitative metoder' (Hjarvard 1997:62), men at baggrunden for den traditionelle opfattelse skal findes i de forskellige traditioner, der har tillagt metoderne eksklusive kvaliteter. Hjarvard argumenterer for, at man bør revidere opfattelsen af forholdet mellem kvantitative og kvalitative metoder og udnytte både de fælles og særlige potentialer i begge vidensdimensioner. Begge metoders epistemologi er ifølge Hjarvard hermeneutikken og den fælles analyseform er fortolkning; hertil kommer beregning for de kvantitative metoder. Hjarvards argumentation underbygger Klaus Bruhn Jensens udsagn om, at

the qualitative-quantitative distinction in a narrow sense loses its relevance at the level of theoretical frameworks, even if qualitative and quantitative traditions tend to emphasize different types of theory. It is in the nature of the matter that theory is qualitative, insofar as it represents a configuration of interrelated concepts.

(Jensen 1991:7)

Gennem et par årtiers udvikling har de to overordnede metodologiske tilgange nærmet sig hinanden i forskningsmæssig praksis. Inden for medieforskningen har dette været en tydelig tendens, fordi nye problemstillinger har fordret nye tilgange. Klaus Bruhn Jensen beskriver udviklingens hovedtræk således:

There appears to be an emerging consensus that a great many central research issues cannot be adequately examined through the kinds of questions that are posed by hypothetico-deductive methods and addressed with quantifiable answers. At the same time, research traditions within the humanities, anthropology, and cultural studies have been seen to offer alternative or supplementary modes of analysis. Currently, as a result, the social and human sciences may be converging in an interdisciplinary rearticulation of mass communication research.

(Jensen 1991: 1-2)

Stig Hjarvard bruger ikke begrebet 'konvergens' om forholdet mellem kvalitative og kvantitative analysemetoder, men taler om at de to metoder er komplementære, fordi de retter sig mod to forskellige dimensioner ved den sociale interaktion – 'de er ikke i modstrid med hinanden, men producerer viden, der må siges at udgøre gensidige forudsætninger for at forstå den interaktionelle helhed' (Hjarvard 1997:73).

Det kan diskuteres, hvorvidt anvendelsen af flere metoder indenfor medieforskningen har bidraget til udviklingen af et helt nyt forskningsfelt, der opererer i et interdisciplinært krydsfelt mellem human- og samfundsvidenskaberne. Steve Jones spørger, om man skal betragte interdisciplinaritet som metode eller en ny disciplin (Jones 2000, foredrag). Det sidste fordrer, at der ikke alene er tale om en kobling af forskellige metoder, men også, at der sker en udvikling af de anvendte metoder. En sådan gensidighed kan betragtes som det, Kim Schrøder kalder 'cross-fertilization' (Schrøder 1999). I denne sammenhæng mener jeg, at der er tale om 'gensidig berigelse' ('cross-fertilization') i anden potens, når det drejer sig om udvikling og etablering af et nyt forskningsfelt, der tager afsæt i interdisciplinaritet mellem traditionelle metodologiske og teoretiske tilgange. 'Gensidig berigelse' i første potens er således kombinationen af forskellige metoder med henblik på at opnå en synergisk effekt.

Afhandlingens metodologiske ambition er altså at kunne besvare Steven Jones' spørgsmål positivt: anvendelsen af flere metoder kan betragtes som en meta-metodologi, der er baseret på ideen om interdisciplinaritet som ny disciplin, jf. Jones ovenfor. En sådan meta-metodologi skal befordre analysen af komplekse fænomener, som de, der er i fokus for afhandlingen. Interdisciplinaritet er imidlertid ikke bare noget, man gør, idet grundlæggende forståelser af forskellige discipliner og disses metoder i høj grad præges af den eller de forskningstraditioner, man kommer fra. Således er afhandlingen præget af at være skrevet ud fra en medievidenskabelig baggrund med oprindelse i humaniora og krydset med en sociologisk tilgang. Indenfor for eksempel andre humanistiske, sociologiske og også psykologiske traditioner ville man imidlertid have en anden opfattelse af, hvordan problemstillingen indenfor afhandlingens område ville tegne sig og især, hvilke metoder der skulle anvendes og hvordan. Livingstone bruger i indledningen til *European Journal of Communication*-sænummeret om *Children and Their Changing Media Environment*-undersøgelsen betegnelsen 'multidisciplinarity' om det internationale forskerteam, som kom fra forskellige traditioner og dermed repræsenterede forskellige metodologiske traditioner (Livingstone 1998:438). Multidisciplinarity i forskergruppen garanterer imidlertid ikke udvikling af interdisciplinaritet i projektet, hvilket blev tydeligt under projektførelsen, hvor sociologiske og socialpsykologiske perspektiver kom til at dominere bestræbelserne på at foretage en reel integration mellem sociologiske og humanistiske tilgange. Der var ganske klart tale om en gennemført integration mellem multiple metoder, men ikke mellem discipliner (stald 2002b og 2004). Valg af metode(r) afhænger af et projekts formål og genstandsområde. Ligeledes må kvantitative og kvalitative metoders *validitet* og resultaternes *gyldighed* diskuteres i

forhold til analyseprojektet og dets kontekst.

de kan (...) gøre krav på objektivitet i pragmatisk forstand, dvs. hvad man inden for en given historisk horisonts eksisterende viden og metodologi vil godtage er en gyldig udlægning. Spørgsmålet om validitet må afgøres på baggrund af dels en analyses interne kohærens, dvs. hvorvidt de eksisterende metoder er anvendt på det empiriske materiale på en sammenhængende og konsistent måde, og dels, hvad man kunne kalde den eksterne kohærens, hvorved forstås, at en given forklaring ikke kun må stå sin prøve i forhold til dens interne konsistens, men også vil stå eller falde med om den er i overensstemmelse med anden eksisterende viden om det konkrete genstandsfelt.

(Hjarvard 1997:77)

Klaus Bruhn Jensen understreger ligeledes vigtigheden af nøje at overveje relevansen af forskellige metodologier i forhold til formål og analyseobjekt. Derfor er det vigtigt at spørge 'what and why before asking how' (Jensen 1991:6), således som det sker i afhandlingens indledning (kapitel I).

Den almindelige opfattelse er, at kvantitative data giver få informationer om mange og kan anvendes til at påvise variation og tendenser. Kvalitative data fortæller meget om få og afdækker særlige træk ved det fænomen, der undersøges. Ved en syntetisering mellem begge tilgange opnår man optimalt set meget viden om mange. Med Stig Hjarvards revision af en traditionel opfattelse af forholdet mellem kvalitative og kvantitative metoder er denne beskrivelse imidlertid ikke fyldestgørende. Kvantitative data må fortolkes lige så vel som kvalitative data kan det, og kvalitative data kan sammentælles og beregnes på tværs af materialet, men ud fra materialets eksemplariske værdi. I synergien mellem kvantitet og kvalitet styrkes fortolkningspotentialer lige som materialets validitet og generaliserbarhed underbygges i kraft af den statistiske repræsentativitet kombineret med etableringen af såvel intern som ekstern kohærens i materialet. De kvalitative metoder dominerer i afhandlingens empiriske materiale, blandt andet fordi den kvalitative tilgang muliggør det, Barker kalder 'the study of actual audiences in lived environments' (Barker 1999). Der er imidlertid en oplagt symbiose og synergi mellem anvendelsen af det kvantitative datamateriale til beskrivelse af generelle træk ved unges mediebrug og træk på tværs af undersøgelsens grupperinger og det kvalitative materiales afdækning af særlige træk og eksemplariske fremstilling.

Efter denne omfattende principielle argumentation omkring brugen af multiple metoder er det på sin plads at fastslå, at "mange taler om det, men få gør det". Denne afhandling hører til de få, idet der rent faktisk både anvendes kvantitative data fra spørgeskemaundersøgelse og markedsinformationer og kvalitative data i form af interviewtekster, spørgeskema-informationer og tegninger.

3.2. Metodepalet

Anvendelsen af multiple metoder i projektet illustreres af figur 11 herunder. Udgangspunktet er i boksen i midten, jævnfør også gennemgangen af forskningsprocessen. Med dette centrale afsæt vælges der metoder med særligt henblik på undersøgelsens formål og under forudsætning af metodernes kombinerede effektivitet og muligheden for at berige analysen ved at bygge designet op efter metodernes særlige potentialer og indbyrdes relevans. I øverste række er de kvantitative metoder og observationsstudier placeret, i nederste de kvalitative. Tegninger og tekstanalyser er placeret mellem det kvantitative/observation og det kvalitative, for tegningernes vedkommende, fordi de i kraft af deres antal kan bidrage til en skitse af de unges mediebrug på den ene side og på den anden side er fortolkninger af samme mediebrug. Analyser af mediepræferencer er inspireret af informationerne fra spørgeskemaundersøgelsen, men er samtidig kvalitativt knyttet til analysen af de unges fortolkninger af medietekster og de holdninger, der udtrykkes. Som det fremgår af figur 10 tager projektets metodologisk udgangspunkt i forudgående teoretiske og empiriske erfaringer, egne såvel som andres. Derfor er denne boks placeret centralt.

Afhandlingens undersøgelse er opbygget efter samme metodiske overvejelser og samme som *Children and their Changing Media Environment* (Stald 1997 og 1998), dog kun omfattende de 12-13årige og de 15-16årige. Erfaringerne fra denne undersøgelse har givet en god baggrundsviden for udførelsen af afhandlingens undersøgelse samt for de endelige analyser. Det vil sige, at materialet indgår i forskningsprocessens første led, "Forberedelse" som empirisk og teoretisk erfaring, og at de metodologiske overvejelser omkring valg og sammensætning af metoder og disses muligheder og begrænsninger indgår i forskningsprocessens anden del, "Metodologi", som en væsentlig erfaring.

Metodepaletten er to-dimensionel og ikke-hierarkisk, det vil sige, at den grafiske fremstillings formål er at give et visuelt indtryk af de forskellige muligheder, der trækkes på i projektets empiriske undersøgelse og øvrige empiriske materiale. I forhold til forskningsprocessens del III, "Empirisk undersøgelse", skal det dog påpeges, at rækkefølgen af anvendelsen af metoder i undersøgelsesforløbet ikke er vilkårligt. Afhandlingens undersøgelse startede således med aftaler med diverse skoler og lærere, observation samt oplæg og diskussion i klasserne, udfyldelse af spørgeskema i klasserne, interviews i grupper (herunder tegning af egen mediebrug), interviews med lærere og skoleledere, analyse af medietekstpræferencer. Denne rækkefølge blev valgt for at skabe en gradvis progression i kendskab til børnene og deres sociale relationer, deres erfaringer med medier, refleksioner og holdninger. Samtidig befordre et sådant forløb med flere møder i forskellige sammenhænge og med forskellige informationsgenererende aktiviteter et tillidsforhold mellem undersøgelsesdeltager og undersøger, der kan give større frihed for deltagerne til at udtrykke sig og indsigt til undersøgeren til at spørge ind til de forskellige problemstillinger.



Figur 11. Metodepalet for afhandlingens undersøgelse.

3.3. Undersøgelles- og analysemetoder

Empirisk basis for analysen

Afhandlingens empiriske materiale udgøres af data fra en undersøgelse, der er designet og udført i 2000 specielt for denne afhandling. Undersøgelsen blev udført med særligt henblik på at opnå større viden om, dels hvilken rolle medierne spiller i forhold til børn og unges orientering lokalt og globalt, dels hvilken sammenhæng der kan spores mellem lokalitet, mediebrug og holdninger til lokalitet og globalitet og mellem danskhed versus fremmedhed såvel på et ideologisk niveau som på et individuelt, erfaringsmæssigt niveau. Endvidere var det undersøgelsens formål at tilvejebringe informationer om præferencer og betydninger af konkrete internationale henholdsvis danske medietekster. I interviewdelen af undersøgelsen blev spørgsmål og diskussion tematiseret på en måde, så deltagerne fik lejlighed til at beskrive og reflektere over deres mediebrug og mediernes betydning. Denne refleksion forholdt sig til mediebrug og -betydning såvel konkret i dagligdagen som på et mere abstrakt niveau i forhold til erfaringer med global og lokal kultur og i forhold til holdninger til temaer som nationalfølelse, lokalpatriotisme, betydningen af sprog, danskhed versus fremmedhed.

Undersøgelsen, der ligger til grund for afhandlingen, blev foretaget i foråret 2000 på fire forskellige lokaliteter i Danmark. I alt deltog 64 unge mellem 12 og 16 år, ligeligt fordelt mellem lokalitet, alder og køn. Deltagerne blev interviewet i kønsopdelte grupper på fire. Under interviewet tegnede deltagerne deres mediebrug. Alle elever i deltagernes klasser, 146 i alt, udfyldte et en-sides spørgeskema om medieadgang og -præferencer. Klasselærere og skoleledere blev interviewet om deres erfaringer med elevernes mediebrug i skole-

tiden, det vil sige såvel i faglige som personlige kontekster. En udførlig beskrivelse af undersøgelsens design findes i bilag 2.

Undersøgelsesmetoder: kvalitative interviews - potentialer og problemer

Som det fremgår af metodepaletten i figur 11, gennemførte jeg i afhandlingens undersøgelse flere former for interviews. Den væsentligste del udgjordes af gruppeinterviews med eleverne. Derfor fokuseres der i det følgende dels på de principielle overvejelser i forbindelse med brug af gruppeinterviews, dels på specifikke eksempler på analysemetoder og fund. De andre kvalitative interviews, jeg foretog i forbindelse med undersøgelsen, var med skoleledere og klasselærere henholdsvis IT-ansvarlige lærere. Disse interviews havde form af journalistiske interviews snarere end af forskningsinterviews, da jeg ønskede at samle informationer om skolens IT-adgang, IT-strategier og – erfaringer og om skolelederens og lærerens erfaringer og holdninger til disse områder, samt til unge i gruppen i bredere forstand. Grænsen mellem det journalistiske interview og det kvalitative forskningsinterview er imidlertid forholdsvis slørede, fordi erfaringerne fra interviews med skoleledere og lærere også indgår i den samlede vidensbase for afhandlingens analyse, om end som baggrundsviden for at kunne analysere såvel elevernes udsagn om IT-brug i skoleregi samt om deres aktiviteter i bredere forstand, som diskrepanser mellem læreres/skolelederens og elevens udsagn.

I det følgende diskuterer jeg nogle af de potentialer og problemer, der kan optræde i relation til især kvalitative fokusgruppeinterviews.

Steinar Kvale mener, at det kvalitative forskningsinterview netop er et inter-view, fordi indsigten opstår i det personlige samspil mellem deltagere og interviewer. Interviewet er en proces, hvor der foregår en stadig interaktion mellem dem, der tilsammen producerer den ny viden. Dette stiller særlige krav til interviewerens om at kunne foretage løbende metodiske valg i situationen for at kunne afklare relevante begreber (Kvale 1997:24-25). Interviewsituationen virker også tilbage på alle deltagere og indvirker på de erfaringer, der kan formidles. Interviewet må altså betragtes som erkendelsesproces (Bruhn Jensen 1991, Kvale 1997, Stald 1997, Morrison 1998, Jerslev 1999), hvor viden produceres, ikke afrapporteres.

Afhandlingen har anvendt det **halvstrukturerede livsverdensinterview**, der kan defineres som *et interview, der har til formål at indhente beskrivelser af den interviewedes livsverden med henblik på at fortolke betydningen af de beskrevne fænomener* (Kvale 1997:19). Fokus er altså ikke afgrænsede, konkrete fænomener såsom teknologier eller medietekster, men deres placering i informanternes diskurser vedrørende kontekster, oplevelser og holdninger i deres eget 'virkelige' univers. Perspektivet lægges på mikroniveauet i unges særlige livsverden.

Når deltagerne i et fokusgruppeinterview vælges ud af en større gruppe, her skoleklassen, eksisterer der allerede før interviewsituationen relationer mellem de enkelte deltagere. Deltagerne kender hinanden og har måske etableret alliancer eller fællesskaber, der kan have indflydelse på, hvordan interviewet udvikler sig. Dominerende stil- og smagsfællesskab i klassen, der er repræsenteret under interviewet, kan have indflydelse på, hvor stærkt og i hvilken form deltagerne i fællesskabet udtrykker sig om præferencer og oplevelser, og på hvor åbne eller tilbageholdende deltagerne er. Ligeledes kan mimik og gestik fra deltagere signalere afstandtagen eller accept, når andre taler. I mine undersøgelser har jeg ønsket at få repræsenteret forskellige erfaringer og holdninger, det vil sige at få børn med forskellig baggrund, boglig viden og mediemæssig erfaring repræsenteret i fokusgrupperne. Derfor har jeg først foretaget strategiske observationer i klassen og samtaler med klasselæreren, for derefter at udvælge deltagerne, således at forskellige grupper i klassen altid var repræsenteret.

Alle interviews fandt sted på skolen umiddelbart efter observation, oplæg og diskussion i pågældende klasse. Hvert interview varede mellem 100 og 120 minutter uden pause, men med indlagte aktiviteter under samtalen: udarbejdelse af en tegning (se nedenfor) og slikspisning.

Fællesskaberne viste sig hurtigt i situationen gennem tøjstil, attitude, og valg af sidemand under interviewet. Dernæst hørtes flere næsten enslydende historier om mediebrug, oplevelser og holdninger. Andre historier, oplevelser og holdninger trådte frem på denne baggrund, men det interessante er, at de informanter, der ikke deltog i dominerende smags- og interessefællesskaber, også kom på banen med deres erfaringer og holdninger. Alle deltagerne var tydeligvis bevidste om, hvem der tilhørte hvilken gruppe eller hvilke grupper. For de, der deltog i det dominerende fællesskab, var dette en særlig styrke, mens de, der stod uden for netop dette fællesskab, formulerede det som noget særligt at have valgt anderledes.

De tydeligste grupperinger trådte frem i pigegrupperne. I drengegrupperne kommenteredes forskellige præferencer og oplevelser med morsomme bemærkninger og tilråb fra den øvrige gruppe, mens deltagerne i pigegrupperne kommenterede forskellene mere direkte med udtryk for uenighed eller afstandtagen. Under interviewene understregede deltagerne ofte, dels at man skal respektere hinandens forskelligheder, dels at det er vigtigt at have sine egne meninger og erfaringer, og det syntes at fungere under interviewet. Det var dog mit indtryk, at de forskellige grupperinger holdt en vis indbyrdes afstand i det daglige. En anden forklaring på den gode åbenhed på tværs af grupperinger kan være det centrale emnes relativt uproblematisk karakter.

I mange fokusgrupper er en af deltagerne ofte mere velformuleret og engageret end de øvrige, og det kan betyde, at vedkommende får mere 'plads' og tid, fordi det for intervieweren er fristende at lytte til en, der ved og mener en masse. For at give alle deltagerne plads

og gøre materialet bliver så bredt som muligt er det imidlertid nødvendigt nogle gange at skubbe deltagerne i gang med enkle spørgsmål og med en understregning af, at det, de siger, er lige så interessant som det, den mere udfarende deltager siger. Spørgeteknikken skal således fremme en interaktion, hvor deltagernes livsverdener og kontekster i videst muligt omfang dokumenteres.

Den anvendte **spørgeteknik** har betydning i forhold til at lade deltagerne komme til orde. Hvis man anvender det kvalitative 'livsverdensinterview', stiller det særlige krav til den måde, hvorpå interviewet gennemføres. Det er oftest uproblematisk for deltagerne at besvare konkrete spørgsmål, der fordrer faktuelle svar, som 'Har du en computer hjemme?' eller 'Bruger du den hver dag?', mens beskrivelsen af livsverdenen kræver en blotlæggelse af deltagernes erfaringer, oplevelser og holdninger, som måske ikke er formuleret før eller som kan forekomme at have en fortrolig karakter. Samtidig kan det være vanskeligt at omsætte disse informationer i ord: 'Another matter that needs careful consideration is how you can best capture the complex, multi-faceted and even subliminal dimensions of people's attitudes and beliefs' (Deacon m.fl. 1999:72). Deacon m.fl. understreger i deres guide til metoder inden for medie- og kulturanalyse vigtigheden af at have sans for respondentens baggrund og engagement i pågældende sag: "These questions are the most sensitive to influence by the research process itself: question phrasing or interviewer prompting might encourage the adaption of certain stances by respondents, and the mere act of asking a question may have an 'agenda-setting' effect" (Deacon m.fl. 1999:72).

Under interviewet er de enkelte elementer i spørgeteknikken vigtig. Netop når man vil spørge til sammenhænge, fortolkninger og holdninger er det ofte nødvendigt at spørge flere gange til det samme, måske med forskellige vinkler og formuleringer og især med udgangspunkt i det sagte: "single blunt questions rarely succeed but a disparate range of issues" (Deacon 1999:172). Ordvalg og tonefald kan i høj grad indvirke på svarene, hvilket er endnu en grund til at stille flere spørgsmål til samme emne og at lade samtalen være relativt åben. Netop fordi interviewet er en proces, skal deltagerne endvidere have lejlighed til at reflektere over spørgsmål og det allerede sagte, både i forhold til egne, interviewerens og andre deltageres bidrag. Det er også naturligt, at deltagere både skifter mening og/eller udvikler nye tanker undervejs i interviewet.

Under interviewet er det centralt at være opmærksom på **interviewerens rolle og deltagernes position**. Under interviews med unge fremstår interviewerens i deltagernes øjne typisk på linje med andre voksne i relation til autoritet, magt og viden. Det er ikke muligt, men heller ikke ønskværdigt, at etablere en ligestillet situation under interviewet, hvor interviewerens leger kammerat med de unge. Initiativet og projektet er interviewerens, og det er nødvendigt, at interviewerens leder forløbet af interviewet, guider deltagerne igennem og bruger sin autoritet til at fordele for eksempel talemiddelen. David E. Morrison påpeger, at interviewerens autoritet må erkendes blandt andet fordi: 'to collapse hierarchy altogether would

not just lessen the possibility of critical inspection, but highlight the danger of not knowing who is responsible for the findings, and indeed, what the status of the findings amount to' (Morrison 1998:243).

Det halvåbne interview, hvor de overordnede temaer er kombineret med muligheden for at forfølge diskussioner af andre emner og holdninger, deltagerne bidrager med, er som nævnt dette projekts strategi.

Udgangspunktet for en positiv kontakt med deltagerne er, at man som forsker tilkendegiver en basal tillid til, at informanterne fortæller 'sandheden', som den ser ud i den givne situation for den enkelte deltager. Derudover har jeg sammenfattet min interaktionsform med unge informanter i en liste med greb, der har vist sig effektive til at etablere en god og tryk stemning under interviewet, hvad enten det har foregået på skolen som gruppeinterview eller i hjemmet på værelset som individuelt interview.

- mød deltagerne flere gange (i klassen, i gruppen, evt. i hjemmet)
- fortæl ved første møde i enkle ord om formålet med undersøgelsen
- understreg betydningen af deltagelse - i klassen, igen i gruppen og under individuelle interviews
- forklar fremgangsmåden og forløb, kortfattet men i detaljer
- gentag instrukser flere gange
- understreg, at interviewet er fortroligt og fortæl, hvordan informationerne bruges
- vær opmærksom på stemningsskift i gruppen, der kan svinge meget fra dybt koncentreret og alvorlig til humoristisk og let
- forsøg undervejs at referere til de enkeltes tidligere udtalelser, enten i en tidligere kontekst eller i den forudgående del af interviewet.
- lad dit eget engagement skinne igennem
- sørg for at have en grundigt kendskab til det, der tales om og lad denne viden skinne igennem i spørgsmål og kommentarer
- vær tålmodig, men
- tøv ikke med at bede eventuelle 'uroelige elementer' om at koncentrere sig. De samme 'uroelige elementer' er måske ikke vant til at blive lyttet til og nyder, når det sker

Figur 12. Nyttige greb ved kvalitative interviews med unge informanter

I øvrigt er et grundigt kendskab til genstandsområdet, uden at man dermed gør sig til ekspert på de enkeltes erfaringer, oplevelser og følelser, udtryk for interviewerens respekt for deltagerne - og det opfattes som sådan. Deltagerne kommer på denne måde til at føle sig betydningsfulde. Når der så alligevel uundgåeligt opstår situationer, hvor interviewerens ikke kender en titel, en gruppe, et spil, gives der rum for den lille tilfredsstillelse: 'Nå, det vidste hun alligevel ikke, men det gjorde jeg!'

Under interviewene i undersøgelsen opstod der i de fleste tilfælde hurtigt en stemning af intimitet og fortrolighed, som voksede med koncentrationen under interviewet og som blev brudt, når interviewet stoppede. Brud på stemningen – lærere, der bankede på, telefoner, der ringede og så videre – virkede mere forstyrrende end den interne afbrydelse eller almindelig larm. Intimiteten blev skabt af de deltagende unge, som viste tillid til interviewerens ved både at tage situationen alvorligt og udfolde tanker og overvejelser, det måske ville

være vanskeligt at komme frem med i samtale med for eksempel andre voksne eller kammeraterne i andre situationer. Morrison knytter spørgsmålet om interviewerens rolle sammen med etiske problemstillinger (se afsnit 3.3, 'Ethiske hensyn i afhandlingen herunder'), idet interviewerens valg i situationen, for eksempel at afbryde informanterne i visse situationer, kan bryde den respekt, man bør udvise for informanternes deltagelse og meninger. Problematikken er imidlertid også central i diskussionen af interviewerens rolle: i hvor høj grad er der tale om negativ styring og meningspåvirkning, når et interview afbrydes, og hvornår er der tale om interviewerens hensyn til resten af gruppen og interviewets forløb? Ud fra mine erfaringer er det i det kvalitative interview vigtigt at anvende samtalsens form med turtagnings-teknik og spørgsmål-svar-replik-duplik. Afbrydelse af denne proces - som ikke skal sammenlignes med verbale afbrydelser for eksempel som følge af iver eller uenighed - skal undgås. Under interviewene har det nogle gange været nødvendigt at afbryde en af deltagerne, hvis der var tale om konsekvente drillerier eller rent sludder. Enkelte gange har jeg måttet slå i bordet for at få en af deltagerne til at lade være med at skære i bordet eller smide ting i hovedet på de andre. Morrisons eksempler drejer sig dels om oplevelser med provokerende typer, der dominerer på en ubehagelig måde under interviewet, dels om udsagn af racistisk eller sexistisk karakter (Morrison 1998: 231-33). I sådanne situationer er det Interviewerens opgave at bevare roen og den gode stemning i gruppen og undgå at lade sig provokere til at lade interviewet dominere af negative attituder eller udsagn.

Deltagerne fik generelt ikke materiel belønning for at deltage i undersøgelsen. Det er min erfaring, at de fleste i en klasse meget gerne vil udvælges til at deltage - ikke kun, fordi deltagelse betyder, at man slipper for nogle undervisningstimer, men også fordi udvælgelse giver en vis prestige i klassen. En del af 'belønningen' består for mange deltagere i glæden ved at få lov til at tale om noget, der interesserer dem, til en voksen, der sluger hvert ord og synes, at alt er interessant (hvilket også Karin Hake finder (Hake 1999:203). I forbindelse med undersøgelsens gruppinterviews har jeg oplevet, at deltagerne efter interviewet har sagt, at de fandt det spændende at deltage og har takket, fordi de måtte være med - ofte efter to timers koncentreret interview uden pauser.

Efter afslutningen af mine interviewrunder har jeg sendt kort til de klasser og klasselærere, der havde deltaget. Dette opfatter jeg som en del af opfyldelsen af den forpligtigelse, man som forsker har over for folk, når man bruger deres erfaringer, holdninger og indimellem følelser i forskningsmæssig sammenhæng (se videre om etik i afsnit 3.3).

Undersøgelsens kvalitative materiale omfatter også **lærerinterviews**. Jeg har interviewet de fleste af de besøgte klassers lærere med henblik på at få informationer om, hvordan medierne anvendes på skolen: praktisk inddragelse i undervisningen, produktion, medieteknologi og medieanalyse. Desuden spurgte jeg til lærernes holdninger - hvilket oftest viste sig at være en blanding af personlige holdninger og professionelle erfaringer - til den undersøgte

gruppens mediebrug. Den måde, hvorpå lærerne betragter mediernes betydning og potentialer blandet med den faglige tradition, de er uddannet i, samt i nogen grad skolens overordnede målsætninger på området, giver i sidste ende lige så mange forskellige strategier og måder at betragte og anvende medierne på i undervisningen, som der er lærere (for en grundigere generel beskrivelse, se Stald 1997:38-48). Jeg har endvidere interviewet *skolelederne* på de besøgte skoler, minus en, for at høre deres holdninger til og erfaringer med "ungdommen nu om stunder", generelt set og i forhold til medier specielt. Især var formålet med disse interviews imidlertid at afdække de respektive skolers målsætning på området, det vil sige i forhold til integration af medier i undervisningen på alle niveauer, anskaffelse af udstyr og efteruddannelse af lærergruppen.

Undersøgelsesmetoder: Tegninger – potentialer og problemer

Tegninger har tidligere været brugt i forbindelse med undersøgelser af børns kultur, sociale liv og psykiske forhold, men indenfor medie- og kommunikationsforskningen har børns tegninger kun været perifert brugt i enkelte tilfælde, for eksempel; Hodge & Tripp 1986 Anne Maj Nielsen 1992; Niels Aage Nielsen 1990; Stahlschmidt, Skøtt Andersen, Tufte og Leeson 1991; Karen Orr Vered (ikke publiceret)⁵¹. Brug af tegninger i afhandlingen er inspireret af, at man inddrog tegninger som empirisk materiale i den europæiske, komparative undersøgelse *Children and Their Changing Media Environment*. I den pågældende undersøgelse var det ikke alle 12 nationale teams, der bad børnene tegne, fordi der var forskellige opfattelser af materialets status og om, hvorledes de kunne tolkes. Det engelske team brugte primært tegningerne illustrativt som supplement til interviews, mens jeg i den danske undersøgelse brugte tegningerne på linje med det øvrige indsamlede materiale. Tegningernes potentiale er den umiddelbare, kreative udfoldelse, der ofte rummer flere informationer, end et interview kan rumme, og også ofte, som analyserne vil vise, demonstrerer holdninger til temaet, som det kan være svært at sætte ord på. Den væsentligste overvejelse omkring tegningernes status er, at de i lighed med interviewteksterne er fortællinger, der er produceret i interviewsituationen og således er inspireret af konteksten. Samtidig viser erfaringerne fra den danske del af *Children and Their Changing Media Environment*, hvor deltagerne blev besøgt i hjemmene individuelt, at tegningerne afspejlede brugernes baggrund, også når de var satiriske.

⁵¹ Et andet, dansk eksempel er Mogens Kjær Jensen, der i 1988 redigerede en rapport for Socialforskningsinstituttet om børns sociale vilkår, hvor forskellige metoder blev anvendt, herunder tegninger. Endvidere har psykologen Anne Marie Mai i forskellige rapporter brugt børns tegninger til at belyse børns syn på verden. Hun og andre, for eksempel Angelika-Martina Lebéus, der er forfatter til bogen *Når børn tegner – børnebilleder og hvad de fortæller* (2002), har også beskæftiget sig mere teoretisk med tolkning og analytisk anvendelse af børns tegninger. En tidligere udgivelse i samme tradition er Hasse Hanssons m.fl.s *Barns Bildspråk / Children's Pictorial Language* fra 1991. Hertil kommer helt andre former for anvendelse af børnetegninger indenfor psykiatri og terapi.

I afhandlingen anvender jeg først og fremmest tegninger fra undersøgelsen som kvalitativt materiale (se nedenfor), men har dog også systematiseret tegningerne ud fra alder, køn og tematik, med henblik på at se nærmere på, hvilke medier og i hvilken kontekst og med hvilke kommentarer - billedmæssige eller tekstlige - de forskellige grupper vælger at fremstille, og om der kan ses et mønster (bilag 1).



Figur 13, Johannes, 6. klasse.

Eksempel på tegningerne, der indgår i undersøgelsen.

Mange af tegningerne fra undersøgelsen er realistiske præsentationer af det valgte rum for tegningen, oftest eget værelse eller hjemmets stue, med enkelte eksempler på køkkenscenarier, udendørs aktiviteter eller byrum. Nogle tegninger er omhyggeligt detaljerede og viser både rummet og dets indhold, også det ikke medie-relaterede. Herigennem får man et indtryk af mediernes integration i hverdagslivet. Når man har været på besøg i hjemmene kan man lynhurtigt genkende både omgivelser og stemninger, som de fremstilles i tegningerne. Mange tegninger har et let satirisk eller selv-ironisk strejf i (selv)fremstillingen (den opslugte dreng foran tv'et), detaljer (plakaten på væggen, rod på gulvet) eller tekst ('wow'). Dette ses i stort set alle tegninger i en eller anden grad. Gennemgående er det dog drengene, der er mest satiriske og med størst virkning.

Deltagerne i gruppeinterviewene blev bedt om at tegne sig selv, mens han/hun brugte et eller flere medier, alene eller sammen med andre, gerne med tilføjelse af titel. I piloten for de 6 til 10årige i den danske del af *Children and their Changing Media Environment* var tegningerne oprindeligt tænkt som en lille pause i snakken og som mulige illustrationer af det, som vi talte om. Det viste sig imidlertid, at tegningerne i denne gruppe var meget interessante i sig selv som empirisk materiale, fordi de såvel tematisk som fortælle-mæssigt beskrev langt flere sider af børnenes mediebrug, end jeg havde forventet. Følgelig valgte jeg at lade også de øvrige deltagere tegne ud fra samme formulering. I undersøgelsen, der ligger til grund for afhandlingen, indgik tegninger derfor som en planlagt del, som jeg på forhånd vidste, ville blive tillagt egen betydning i det samlede empiriske materiale. (For en gennemgang og analyse af de 6-10åriges tegninger i *Children and their Changing Media Environment*, se Stald 1997: 143-160).

Undersøgelsesmetoder: Medietekster – potentialer og problemer

Som nævnt mener jeg, at det er vigtigt også at vende blikket mod medieteksterne i medieforskningen for ikke at fokusere ensidigt på mediernes generelle, sociale brug og betydning. Vores, og altså også unges, mediebrug defineres både af struktur, handlinger og indhold.

Christa Lykke Christensen skriver i sin analyse af unges forståelse og tolkning af billedmedier:

I det flg. vil jeg argumentere for, at man i en receptionsanalyse må forstå teksten som det afgørende udgangspunkt. Nok fungerer teksten åbnende for et principielt uendeligt antal tolkninger, men den fungerer samtidig begrænsende for mulige forståelser. Disse to funktioner afhænger af flere forhold: af selve teksten og dens beskaffenhed, af den sammenhæng, teksten optræder i, af den brug, modtageren skal gøre af teksten og af den holdning, læseren har til teksten. Således forstår jeg receptionen som en proces, hvor tekst og modtager er to, for så vidt, lige aktive 'parter'.

(Christensen 1999: 245)

Christa Lykke Christensen fortsætter med at diskutere det ligeværdige forhold mellem tekst og modtager i forhold til receptionsanalysen, blandt andet med henvisning til Birgitta Höijers kritik af 80'ernes og 90'ernes manglende refleksion over den historiske modtagerorienterede forskning, og følgelig en ignorering af denne forsknings fokusering på forståelsesaspektet. Jeg er enig med Christensen og Höijer i argumentationen for også igen at fokusere på medieteksterne og på forståelsen af teksternes meningsskabelse og modtagernes fortolkninger. Samtidig fastholder jeg dog argumentet omkring en kontekstualisering af mødet mellem brugere og medier (jf. 3.1), hvilket indeholder det, Christensen kalder 'modtagernes sociokulturelt bestemte oplevelser, attituder og måder at forholde sig til tekster på' (Christensen 1999: 246). Jeg håber på, at jeg ved at kombinere forskellige tilgange til receptionen af teksterne både kan få en forståelse af de socialt og kulturelt betingede betydninger

af mediebrugen blandt unge danskere og en indsigt i den undersøgte gruppes fortolkninger og anvendelser af medietekster.

Konkret inddrager jeg i dele af kapitel 5 udvalgte tekst-eksempler på deltagernes præferencer indenfor forskellige fiktionsformer (film, tv-serier, musik og i mindre grad computerspil) i forhold til genremæssige, tematiske og æstetiske træk. Nogle af deltagernes eksempler på præferencer trækkes frem som udgangspunkter for analyser af analysens centrale temaer. Nogle former for medietekster, som chat, hjemmesider, computerspil og telefonsamtaler er helt eller delvist brugergenerede. Betydningen af disse medieformater ligger i konteksten snarere end teksten i forhold til afhandlingens formål.

Undersøgelsesmetoder: Kvantitative data – potentialer og problemer

Der er ikke foretaget en survey af den undersøgte gruppes mediebrug i forbindelse med projektets undersøgelse, da resultaterne fra undersøgelsen *Children and Their Changing Media Environment* fra 1998 forelå foruden en række senere undersøgelser af unges samlede mediebrug (Fridberg 2000) og af en række delområder.

I forbindelse med undersøgelsen har jeg mødt deltagerne i klassen og dernæst under gruppeinterviewet. Da jeg ikke gennemførte en repræsentativ survey, valgte jeg at lade alle eleverne udfylde et et-sides spørgeskema (se bilag 3). Skemaet spørger til baggrund, adgang til udvalgte medier og til præferencer inden for bestemte medier og medietekster. I alt fik jeg 146 besvarelser, hvilket kan give et billede af adgang og præferencer fordelt på alder, køn og lokalitet, blandt andet fordi undersøgelsen er foretaget blandt tilnærmelsesvis lige mange piger og drenge, fordelt på de to aldersgrupper og på fire repræsentative lokaliteter i Danmark (se bilag 2 for fordeling). Delundersøgelsen er imidlertid ikke repræsentativ på grund den strategiske udvælgelse af informanter og det begrænsede omfang. Jeg anvender resultaterne fra spørgeskemaundersøgelsen på to måder: For det første danner resultaterne et billede af en gruppe unge danskeres mediebrug og interesser, der kan holdes op mod det, vi allerede ved om unge danskere jævnfør førnævnte surveys. For det andet udgør spørgeskemaundersøgelsens resultater en indikator for udviklingstendenser for adgangen til bestemte medier og supplement til informationerne fra gruppeinterviewene med henblik på at kunne underbygge analyserne af deltagernes mediepræferencer i afhandlingens kapitel 5.

Spørgeskemaet fyldte kun en enkelt side, så det var let og hurtigt at udfylde (se bilag 3). Der er tale om få ja/nej spørgsmål omkring adgang til medier, samt spørgsmål om præferencer og muligheder for mere kommenterende svar. Materialet er som nævnt ikke repræsentativt for aldersgruppen i Danmark som helhed, men for aldersgruppen på de pågældende skoler på det pågældende tidspunkt. Data fra en undersøgelse af denne art kan tælles og kategoriseres, men i visse kategorier bliver mængden så lille, at det enkelte svar mister betydning. Det er således mønstre på tværs af materialet, der er særligt interessant.

Undersøgelsesmetoder: Observation – potentialer og problemer

Deltagerobservation anvendes indenfor medieforskningen ofte i medietnografiske undersøgelser, hvor deltagerne gennem længere tid - det vil sige såvel i forhold til hyppighed som varighed - iagttages i de omgivelser, der er relevante for undersøgelsen, hvilket ofte vil sige hjemmet (Drotner 1993, Rasmussen 1993). Man kan ikke sige, at dette projekts undersøgelse er hverken helt eller delvist etnografisk, fordi observationerne er foregået i skolen, mens det i væsentlig grad handlede om studier af mediebrug på tværs.⁵² Observationerne har ganske vist især tjent som informationskilde til at fortælle noget om deltageres baggrund, relationer til andre og om de måder, hvorpå de unge gensidigt påvirker og påvirkes hinanden i forhold til brug, præferencer og holdninger, som det udspilles i de "små" daglige situationer. Men i modsætning til medietnografien, hvor man "tager udgangspunkt i en bestemt gruppe mennesker, snarere end et bestemt medium, og herud fra undersøger [man], hvorledes forskellige medier indgår i gruppens hverdag som symbolske og materielle ressourcer og betydningsreservoirer" (Drotner 1993:11), er udgangspunktet for mit studie både medierne og relationerne mellem medier og brugere. Jeg har ganske vist afgrænset mit studium til en bestemt gruppe, de 12-16årige, men forudsætningen for valget af denne gruppe er en forudgående tese om mediernes særlige betydning på et særligt område indenfor den pågældende gruppes erfarings- og holdningsdannelse.

I afhandlingens undersøgelse observerede jeg de valgte klasser, mens jeg holdt et kort oplæg om mit projekts formål og om nogle af de ting, jeg finder særligt interessante ved unges mediebrug. Oplægget efterfulgtes af spørgsmål til klassen og diskussion. Også her nedskrev jeg efterfølgende mine observationer til brug for gennemførelsen af interviews og analyserne af materialet.

Derudover observerede jeg deltagerne og især interaktionen mellem de enkelte deltagere under gruppeinterviewene. Det er vanskeligere at være opmærksom iagttager af alle de ikke-verbale udtryk og andre forhold, når man samtidig skal lede et interview og være på forkant med den retning, interviewet tager og have fornemmelse for situationen. Derfor er observationen under interviewet sekundær, også selvom interviewerens tager noter straks efter interviewets afslutning. Jeg foretager aldrig noter under et interview. Dels er det som nævnt meget krævende at være i interviewerens rolle, dels virker det forstyrrende på deltagerne, der netop føler sig studeret og ikke blot som medvirkende. Fordelen var imidlertid her, at jeg mødte deltagerne flere gange og derfor kunne fortsætte observationen af deltageren i de nye relationer på baggrund af allerede opnået kendskab til personen og til gruppen.

⁵² I *Children and Their Changing Media Environment* var der dog et etnografisk træk i kraft af de gentagne møder med deltagerne, besøg i halvdelen af deltageres hjem og interviews med disse deltageres forældre.

Analysemetoder: Analyse af interviews

I denne afhandling omfatter analysen interviewtekster, tegninger og en spørgeskemaundersøgelse i de klasser, der deltog i projektet. Medietekster (film, tv-programmer, sange, Internettekster med mere) inddrages som eksempler på unges brug og fortolkning, men analyseres ikke særskilt.

Den vægtigste del af mit materiale i afhandlingens undersøgelse udgøres af 16 gruppeinterviews, med i alt 64 deltagere (se bilag 2). Da det ikke var hensigten at efterfølge gruppeinterviewene med individuelle interviews, blev interviewet tilrettelagt, så der både blev plads til en præsentation af hver enkelt deltagers baggrund, adgang til og brug af diverse medier, samt til diskussioner af præferencer, oplevelser og holdninger i forhold til medietekster. I sidste del af interviewene blev der fokuseret på spørgsmål af mere generel karakter, men særligt relateret til emnet: om nationalitet og nationalfølelse, holdninger til lokalt, regionalt tilhørsforhold, forholdet mellem det at være dansker og at være verdensborger (herunder det at rejse og opleve verden), forholdet mellem national identitet og fremmedhed. Alle spørgsmål tog udgangspunkt i deltagernes egne erfaringer og informationer, sidstnævnte gerne relateret til mediebrug (se interviewguide, bilag 4). Jeg har søgt at holde et nogenlunde ens tematisk forløb i hvert interview især af hensyn til opbygningen af diskussionen og refleksionerne over de valgte emner (se ovenfor om det kvalitative interview) under interviewprocessen, men også for at lette den senere bearbejdning af materialet. For at gøre situationen mere naturlig og nærmere samtale og diskussion end interviewet har jeg dog ikke fulgt spørgeguiden slavisk, hverken i forhold til kronologi eller sproglig udformning af spørgsmålene.

Interviews kan forstås som fortællinger produceret i en overordnet historisk såvel som situationsbunden kontekst. For det første har jeg analyseret interviewteksterne tematisk for at identificere hovedtræk ved informanternes mediebrug. For det andet anvender jeg kritisk diskursanalyse for at relatere det sagte til dets kontekst. Skønt interviewmaterialet er omfattende har jeg ikke foretaget tællinger på tværs af materialet, for eksempel "7 ud af 16 12-13årige drenge i undersøgelsen siger ...". Tællinger er foretaget i forhold til spørgeskemaundersøgelsen (se nedenfor), som dermed angiver mønstre for medieadgang, -brug og -præferencer i interviewdeltagernes lokale netværk.

Det er et væsentligt potentiale for undersøgelsen, at jeg gennem interviewene identificerer dels de kollektive fortællinger om lokale forhold og holdninger, dels de individuelle deltageres erfaringer og holdninger. Et eksempel på dette er en gruppes diskussioner om musikpræferencer, hvor rap af alle fire deltagere opfattes som en god genre, men hvor der er forskellige holdninger til, hvilke kunstnere, man foretrækker, og til hvordan dansk produceret rap opfattes i forhold til for eksempel amerikansk rap. I andre grupper diskuterer deltagerne også rap, men fordeler sig anderledes i forhold til præferencerne.

Analysemetoder: Analyse af tegninger

De tegninger, der indgår i datamaterialet, er som interviewene underkastet tematiske analyser, i nogen grad kombineret med traditionel billedanalyse i forhold til komposition og æstetiske virkemidler. Tegningerne udgør dermed en parallel til interviewteksterne og bidrager med særlige informationer, der går bag om det talte ord og tættere på deltagerne egne fortolkninger af de spørgsmål, der tales om. Tegningernes temaer hænger sammen med de temaer, der diskuteres under interviewene og indeholder en mangfoldighed af informationer på flere niveauer: hvilke medier, der bruges af hvem, hverdagsliv med medier, informationer om mediernes placering i hjemmet/på værelset sammen med andet interiør og artefakter, mediebrugssituationer, social brug af medier, indholdsmæssige præferencer og oplevelser. Mange af tegningerne demonstrerer deltagerne refleksioner over og holdninger til medier og mediebrug i almindelighed. I mange tegninger præsenteres kritisk distance til eller glæde ved egen mediebrug, ofte fremstillet på en humoristisk, satirisk måde. Udover analyser af udvalgte tegninger har jeg for at få overblik over materialet (bilag 1) systematiseret samtlige tegninger i forhold til tema, æstetik, repræsentation af medier med mere. Denne tværgående typologisering anvendes indirekte i analyserne.

Analysemetoder: Analyse af spørgeskemaundersøgelse

Som kvantitativt materiale kan resultaterne fra de 164 udfyldte skemaer i undersøgelsen som nævnt bruges som indikator for visse udviklingstendenser i kombination med repræsentative data fra andre undersøgelser, som den danske del af *Children and Their Changing Media Environment*. Holdt op over for det, vi allerede ved jævnfør afhandlingens kapitel 2, kan resultaterne bruges til at fastslå, at deltagerne i undersøgelsen ikke adskiller sig bemærkelsesværdigt fra en aldersgruppen, som den ser ud på baggrund af repræsentative undersøgelser jævnfør kapitel 2.2, 2.3 og 2.4. Undersøgelsen indrammer desuden den kvalitative undersøgelses afdækning af gruppens præferencer, blandt andet som udgangspunkt for de analyser, jeg foretager i afhandlingens analysekapitler 5 og 6 med hensyn til den undersøgte gruppes foretrukne medier, genrer og medietekster (se afhandlingens kapitel 4).

Èt eksempel herpå er, at jeg i kapitel 4 ud fra besvarelserne i spørgeskemaundersøgelsen beskriver præferencerne for film efter oprindelse, det vil sige, hvilket land, de er produceret i. Amerikanske film er fuldstændigt dominerende, og vi fra ved repræsentative tidligere undersøgelser (for eksempel Drotner 2002), at dette svarer til en generel tendens blandt unge danskere. Optællingen peger desuden på, at der nævnes rigtig mange forskellige eksempler på foretrukne film. Dette føres videre i analyserne i kapitel 5 på baggrund af de kvalitative interviews omkring, hvorfor de forskellige deltagere foretrækker forskellige genrer, bestemte film, og hvad der karakteriserer for eksempel amerikansk og dansk producerede film i forhold til oplevelsesmæssig kvalitet.



Figur 14. Kirstine 9. klasse

Eksempel på analyse af tegning:

De fleste af de 64 tegninger fra 2000-undersøgelsen afbilder kun tegneren selv, dels fordi det er lettest, dels fordi medieadgang, præferencer og brug ses fra den individuelle mediebrugers position. Kirstine har imidlertid tegnet sig selv i en social situation med medier. Hun har valgt et interessant semi-fugleperspektiv (bemærk dybdevirkning ved hjælp af antennen på tv'et) og kompositionen med de "nøgne" elementer i form af mediet, det drejer sig om, samt familien samlet i sofaen foran, begge dele svævende i rummet og dog forankrede i deres velkendte indbyrdes placering. Det er situationen – fælles tv-sening – der er vigtig. Ind imellem slår alle sig simpelthen ned og ser en film eller andet sammen. Personerne er realistisk fremstillet i forhold til størrelse, træk og hårfarve og for en sikkerheds skyld er deres familiemæssige titler tilføjet. Nærheden og det sociale i situationen understreges af, hvor tæt de fem sidder sammen, faren med armen om moren, og at de alle ser på samme program i samme rum. Tegneren er symbolsk placeret i midten af familien.

I afhandlingen giver det samlede materiale adgang til deltagernes fortolkninger af bestemte problemstillinger og temaer. Tegninger, fanbreve, online Internettekster og stile betragtes ofte som kvalitativt materiale af en særlig karakter i kraft af den særlige kontekst, hvori materialet er fremstillet og den diskurs, der aftegner sig i form og fortolkning. Det samme kan imidlertid siges om det 'traditionelle' empiriske data-materiale som interviewtekster og deltagerobservation. Materialets værdi og bidrag til det samlede studie bør vurderes i hvert enkelt tilfælde på baggrund af den kontekst, hvori materialet er fremkommet og i forhold til enkelte studies samlede empiriske materiale og metodiske greb.

3.4. Ethiske hensyn i afhandlingen

Når man i forskningsmæssig sammenhæng inddrager andre mennesker og bruger deres erfaringer formidlet i mundtlige og skriftlige udsagn og gennem observation, har man som forsker pligt til at forholde sig professionelt, ansvarligt og respektfuldt til materialet og deltagerne. Der er ikke meget at finde om dette emne indenfor nyere medieforskning uagtet, at man netop her er afhængig af mediebrugeres medvirken i en undersøgelse. En undtagelse er undersøgelser af internetbrug baseret på netbrugernes deltagelse med eller uden samtykke. Inden for dette felt er der omfattende diskussioner og problematiseringer i gang som følge af de særlige forhold, der gør sig gældende for de måder, hvorpå man rekrutterer og registrerer deltagere i web-baserede undersøgelser (se for eksempel *Association of Internet Researchers* etik-rapport, 2002). I forhold til en bredere vurdering af det kvalitative forskningsinterview og af fokusgruppe-interviews indenfor massekommunikationsforskning diskuterer henholdsvis Steinar Kvale og David E. Morrison de etiske hensyn og problemstillinger i forskningen.

Kvale opererer med muligheden af at opstille det, han kalder en 'etisk protokol', der er i overensstemmelse med de 'faglige etikregler for humanvidenskabelig forskning og filosofiske etiske regler (der) danner refleksionskontekst for de særlige etiske beslutninger, der skal overvejes' (Kvale 1997:116). Kvale mener ikke, at etiske regler og teorier i sig selv giver svar på de normative valg, der skal træffes i løbet af et forskningsprojekt, men de kan være vigtige retningslinier, der skal overvejes i hvert enkelt tilfælde. Den etiske protokol, Kvale opstiller som udgangspunkt for overvejelserne, 'giver en oversigt over nogle af de etiske spørgsmål, der kan melde sig på de syv stadier af interviewundersøgelsen' (Kvale 1997:116). De syv stadier er: Tematisering, design, interviewsituation, transskription, analyse, verificering og rapportering. Til hvert af disse punkter knytter Kvale forslag om særlige etiske hensyn, der bør overvejes, først og fremmest om, hvordan man sikrer fortroligheden af materialet, overvejer eventuelle konsekvenser for den enkelte deltager og sikrer en loyal gengivelse og anvendelse af materialet. Dertil kommer et forslag om, at undersøgelsens resultater bør kunne anvendes til at forbedre den menneskelige situation, der udforskes (Kvale 1997:124). Det er i forhold til denne afhandlings formål at bidrage med ny viden om

unges mediekulturer og om betydningen af mediebrugen for erfarings- og holdningsdannelse, med særligt fokus på projektets centrale temaer, og dermed til en forståelse af mediebrugs betydning i lokale og globale, kulturelle processer.

En anden udfordring, ifølge Kvale, er muligheden for, at interviewet kan komme til at virke som et terapeutisk interview. I de individuelle interviews i den danske del af *Children and Their Changing Media Environment 1996-1999* (Stald 1997), hvor den fortrolige stemning blev opbygget gennem flere møder, valgte en del af informanterne til at betro sig omkring private forhold, oplevelser og følelser. I undersøgelsen, der ligger til grund for afhandlingen, blev der ofte "sladret" om andre elever, lærere og forældre under interviewene. I disse situationer skal interviewerens opretholde en nødvendig professionel distance, som garanti for fortrolighed for deltageren, når interviewet er slut, og deltageren begynder at overveje mulige konsekvenser af det sagte.

Vigtigheden af at opnå 'informeret samtykke' fra potentielle deltagere inden interviewets start, er et af de etiske hensyn, Kvale lægger speciel vægt på. Forskeren skal sikre sig, at deltageren er klar over, hvordan materialet senere anvendes. Helst skal samtykket være skriftligt (Kvale 1997:117). Dette er vanskeligt, når analyseobjekterne er børn eller unge, hvis underskrift ikke har juridisk gyldighed i den slags forhold. Man kan lade forældre/værger skrive under, men det kan være vanskeligt, når deltagerne udvælges i skolen og interviewes med skoleledelsens tilladelse. I den situation ligger der et ekstra ansvar hos forskeren for at overholde alle fortrolighedshensyn og loyal anvendelse af materialet. For eksempel bør forskeren ikke lade sig friste af deltagernes umiddelbare velvilje til at fremstå som sig selv, det vil sige genkendeligt, i analyser og afrapporteringer. Af og til udtaler deltagerne i et interview skuffelse over, at de ikke bliver 'berømte' som deltagere i en artikel eller bog, men den form for velvilje kan ændre sig på et øjeblik i tilfælde, hvor deltageren reflekterer videre over, hvilke konsekvenser, det sagte kan have for forholdet til venner og familie, anseelse, image og så videre. Fortrolighed er uomgængelig, og betyder såvel sløring af identitet i offentliggørelse af resultater som respektfuld og fortrolig behandling af materialet i andre sammenhænge, for eksempel, når der samarbejdes med andre forskere. Konkret overholder jeg tre ting for at sikre fortroligheden af mit materiale:

- Alle bånd og udskrifter, noter og fotos opbevares sikkert.
- Intervieweren og andre, der ser materialet, er forpligtiget til tavshed. De to studentermedhjælpere, der transskriberede båndene fra de 16 gruppeinterviews, underskrev en fortrolighedsklausul.
- Deltagernes identitet sløres gennem ændring af deres navne og ved ikke at give flere sammenhængende, private oplysninger om den enkelte deltager i forbindelse med anvendelse af citater fra interviewteksterne.

Figur 15. Gode råd i forbindelse med etiske overvejelser ved interviews

David E. Morrison opstiller ikke som Kvale en etisk protokol eller andre konkrete retningsli-

nier for, hvordan man overholder etiske grundregler i kvalitative interviews, men diskuterer en række problemstillinger i forholdet mellem forskerens rolle, deltagernes rolle og materialets anvendelighed under anerkendelse af 'people's values and judgements' (Morrison 1998:229). Morrison tager udgangspunkt i en gennemgående kritik af Ellen Seitters beskrivelse af sin kritiske distance og personlige følelse af ubehag ved et bestemt interview. Morrison problematiserer blandt andet Seitters forventninger til deltagernes evne til at 'reproduce critical categories common to 'academic television criticism' (Morrison 1998: 228), idet han understreger betydningen af at respektere deltagernes meninger, også når disse ikke harmonerer med forskerens egne meninger. Han kritiserer Seiter og hendes medresearcher, Hans Borchert, for at have stoppet deltagerne i et givet eksempel, fordi de ikke kunne lide, hvad der blev sagt og ikke fandt et forsøg på at joke morsomt. Morrison mener, at den eneste interviewsituation, man må bryde ind i, 'is when what is said is threatening either physically or emotionally to another member of the group' (Morrison 1998:230).

Et yderligere centralt spørgsmål er, hvordan man gengiver materialet i sin formidling af analyser og diskussioner. Skal man gengive alt materiale 'ordret' - det vil sige for interviewtekster og andre tekster i den fulde ordlyd med grammatiske fejl, individuel udtale, eventuel dialektisk udtale, og med indsatte angivelser af pauser og fyldord? Skal tegninger gengives i sin helhed? Transskribering, udvælgelse og anvendelse bearbejder alligevel materialet, så er det ikke en illusion at tro, at man kan gengive situationen under anvendelse af materialet? Menerne er delte. Den ene holdning repræsenteres af de, der finder det uetisk at gengive alt, fordi deltagerne ikke kan have interesse i at blive citeret for eksempel dårligt sprog, tøven og gentagelser, og fordi den uredigerede gengivelse kan forstyrre forståelsen af citatets tekstlige og kontekstuelle mening (for eksempel Höijer 1990 og 1999).

Den anden holdning (Livingstone og Lemish 2001, Silverman 1993), som jeg deler, finder det uetisk at redigere materialet ud fra den betragtning, at tekst og kontekst udgør et hele i fortolkningen af materialet. Livingstone og Lemish siger for eksempel: "In our study, we accept children's discourses and their responses to the questionnaires, as representative of what they chose to share with us about their leisure (Rudd, 1992). Thus their perceptions, expressed in their own words, were the center of our concern" (Livingstone og Lemish 2001:34).

Det kan have stor betydning for analysen og læsningen af analysen, at inddrage sprog, formuleringer og situationsbestemte træk i samtalen. Tøven eller latter bidrager til at fortolke meningen af det sagte, ligesom dialekt bidrager til det samlede billede af afsenderen. Efter min mening begrænser man læserens muligheder for videre refleksion, hvis man som forsker redigerer væsentligt i det empiriske materiale, der gengives. Et andet problem er det vanskelige ved at gengive den kontekst, hvori et udsnit af en tekst hører hjemme. Problemet med løsrevne citater, der er trukket frem som 'bevisførelse' for et udsagn, kan reduceres ved gengivelse af længere udsnit og supplerende informationer om afsenderen. På

den ene side kan gengivelse af empirisk materiale bidrage til læserens forståelse af projektet og analysen, på den anden side kan forklaring af troværdig anvendelse af materialet ikke 'overlades' til materialet selv og læserens tolkning.

I denne afhandling har jeg således valgt at bruge fyldige citater og tegninger fra mit empiriske materiale i analyserne som eksempler på det empiriske udgangspunkt for analyserne og som led i argumentationen i formidlingen. Jeg gengiver tegninger i deres helhed og citater uredigeret så vidt muligt i forhold til læsbarhed.

4 MEDIEPRÆFERENCER

Dette kapitel fokuserer på de overordnede fund fra afhandlingens kvantitative undersøgelse om træk ved den undersøgte gruppes adgang til medier, foretrukne medier og indholdspræferencer indenfor bestemte medier og medieindhold. De fund fra projektets spørgeskemaundersøgelse, der beskrives i dette kapitel, sammenholdes her med det, vi generelt ved om unge og deres mediebrug, jævnfør kapitel 2. Den overordnede karakteristik af den undersøgte gruppes mediepræferencer viser dels, at gruppen ikke adskiller sig på de relevante områder fra danske unge i almindelighed, dels danner karakteristikken afsæt for at relatere det, undersøgelsens interviewdeltagere siger, til data fra spørgeskemaundersøgelsen omkring deres egne og deres klassekammeraters adgang til medier og mediepræferencer. Dermed fungerer kapitlet om mediepræferencer som bindeled mellem afhandlingens teoretiske og empiriske analyser.

Kapitlet indledes med en præsentation af overvejelser omkring informationscirkulation og begrundelser for valg og fravalg i forhold til deltagernes adaptation af medier og medieindhold. Dette afsnit inddrager data fra de kvalitative interviews i dette projekts undersøgelse som eksempler på overvejelser, som undersøgelsesdeltagerne gør sig. Det efterfølgende afsnit præsenterer de væsentligste fund fra projektets spørgeskemaundersøgelse, det vil sige de faktiske præferencer for medier og medieindhold, som undersøgelsesdeltagerne har angivet.

4.1 Informationscirkulation og medievalg

Flere forhold karakteriserer de valg unge mediebrugere foretager i forhold til medier og medieindhold. For det første er der tale om en omfattende informationscirkulation i flere lag omkring potentialer og begrænsninger. Informationscirkulationen men også den faktiske omsætning finder sted i hurtigt skiftende forløb, der til stadighed forandrer og udvikler præferencer og medie- og kommunikationsformer og indhold. For det andet er der ikke kun tale om ureflekteret mediekonsumtion, men også om en vis grad af bevidsthed om mediemarkedernes betingelser og om egne økonomiske muligheder, som får indflydelse på de valg, der træffes.

Informationscirkulation i forhold til medier og mediepræferencer

Som det fremgik af afsnit 2.3 om stil (s.64), er der forskel på unges egen forestilling om, hvordan de finder frem til nye produkter, når det gælder mode med mere og den reelle sammenhæng i informationsstrømmene. Informationsstrømmene i forhold til mediebrugen kan forekomme indirekte eller skjulte, fordi udvekslingen omkring populære medieprodukter (hardware og indhold) er integreret i en social og kulturel kontekst, hvor betydningen ligger udenfor informationsudvekslingen. Det vil sige, at når Oskar viser sin nye mobil frem for

vennerne og demonstrerer, hvad den kan, er det primære formål ikke at få andre til at købe den, men at få anerkendelse for sit valg og for de muligheder, det giver ham. Hvis oplevelsen blandt vennerne er, at Oskar er for sej, og at han er heldig at have lige præcis den mobil med lige præcis det rigtige abonnement, får det indflydelse på vennernes stillingtagen, når de selv skal vælge mobil. Enten vil de gerne vil opnå det samme som Oskar ved at have samme mobil, eller også vælger de bevidst en anden for ikke at blive stempet som efterabere. Dog findes også den tredje vej: den pragmatiske løsning, som en del af især de yngre drenge i undersøgelsen giver udtryk for: "Jeg har brug for en mobil – hvilken passer til mit umiddelbare behov, min betalingsevne, mine forældres ideer og hvad jeg har kendskab til fra hele informationsdistributionsnetværket?" Virkeligheden består af en kombination af flere positioner, hældende i den ene, anden eller tredje retning, alt efter, hvor stærkt behovet for et bestemt valg er, og hvilke reelle valgmuligheder den individuelle unge har. Der ser ud til at være nogenlunde ens mønstre for valg, når det gælder mere varige medieteknologiske valg, og når det gælder indholdsprodukter, såvel i forhold til køb som i forhold til valg med remoten eller musen. Dog er valg af medieindhold præget af at finde sted til stadighed og adskillige gange, og konsekvenserne af valget er umiddelbart mindre betydningsfulde. Dermed er der også forskel på, hvor meget, der investeres i valg af indhold i forhold til valg af teknologi.

Der tegner sig tydeligvis et billede, også i afhandlingens undersøgelse, af, at enkelte ofte er først med ny information, majoriteten følger dernæst og enkelte er oftest sidst med det nye eller fravælger det (jf. Rogers 1983). Nogle af de, der hører til *early majority* brugerne (ibid.), kan betegnes som *opinion leaders*⁵³, fordi de aktivt er interesserede i at gøre andre interesserede i et produkt, en ide eller lignende, og fordi de samtidig har en særlig gennemslagskraft i gruppen. Blandt deltagerne i dette projekts undersøgelse var der klart enkelte, som dels var først med ny teknologi, dels med kendskab til nye produkter, kombineret med en særlig gennemslagskraft i gruppen.

De unges netværk udfolder sig på forskellig vis, men det er typisk at de er organiserede som **decentraliserede netværk** og i **distribuerede netværk**⁵⁴. I decentraliserede netværk er der relationer mellem x antal noder i netværket, men nogle af disse noder er forbundet med flere andre noder end andre. Der opstår dyader i disse netværksrelationer, det vil sige hierarkier for stærke og svage bånd (Granovetter 2001⁵⁵). I distribuerede netværk sker der en form for rodnetsudvikling, så der hele tiden skyder nye relationer frem mellem de enkelte noder, så der opstår et stort, men ofte løst forbundet netværk. Dette er en typisk net-

⁵³ Rogers er blandt andet blevet inspireret til sin brug af dette begreb af Lazarsfeld, Berelson og Gaudets analyser i *The People's Choice* af meningshierarkier i forbindelse med det amerikanske valg i 1940.

⁵⁴ Teorier om centraliserede, decentraliserede og distribuerede netværk blev beskrevet af Paul Baran i "[On Distributed Communications: 1. Introduction to Distributed Communications Network](http://www.ibiblio.org/pioneers/baran.html)". Mere om Baran og hans netværksmodeller kan for eksempel ses her: <http://www.ibiblio.org/pioneers/baran.html>. Sidenhen har mange sociale netværksforskere arbejdet videre med teorier og modeller, blandt andre Barry Wellman.

værksform i for eksempel online sociale netværk. Den information, der distribueres omkring medier og medieindhold kan selvfølgelig tage udgangspunkt i konkrete produkter og markedsføring heraf – informationer om nye produkter og muligheder skal jo starte et sted. Ofte tager informationscirkulationen imidlertid først og fremmest afsæt i information opnået gennem en personlig relation, som så distribueres i videre netværk. En stor del af kommunikationen finder sted mellem stærke relationer, det vil sige, personer, der ofte ser hinanden og/eller kommunikerer via telefon eller internet. Men en del kommunikation finder også sted i sekundære eller tertiære netværk, hvor det er de svage relationer, der udnyttes til informationscirkulation. Ifølge Granovetter (2001) bidrager de svage relationer ofte med meget nyttige informationer, fordi disse informationer ikke er så forudsigelige og har været cirkuleret og tilpasset det nære netværks normer og forudbestemte interesser. Dermed kan man få nye, nyttige input og inspiration gennem de svage relationer. Denne proces kan eksemplificeres gennem forskellige udsagn fra undersøgelsesdeltagerne. For eksempel refereres der til "En på min fars arbejde ...", "En i min classes fætter i USA...", "Én jeg snakkede med på nettet ...".

Hvis man tager udgangspunkt i informationscirkulation blandt venner, er denne ofte både målrettet og tilfældig. Den er målrettet, fordi afsenderen er i besiddelse af en særlig information, som han gerne vil demonstrere, og som modtageren gerne vil have. Desuden er der en kollektiv interesse i at finde fælles referencerammer. Måltetheden er imidlertid ikke altid formuleret, men optræder i den almindelige udveksling om oplevelser, muligheder, interesser. Jo mere distributionen finder sted i form af markeds-mæssige strategier, jo mindre målrettet er informationscirkulationen, set fra brugerens perspektiv. Brugere kombinerer i forskellige former for information i forhold til de valg, der træffes: hvis den unge bruger for eksempel skal have nye mobiltelefon, har hørt noget løseligt om en ny film med yndlingskuespilleren, eller vil købe et bestemt computerspil, går vedkommende både til vennernes erfaringer og til producenterne professionelle informationskanaler.

De primære lag i informationsdistributionen udgøres, som beskrevet ovenfor, altså i høj grad af de personlige relationer: venner, søskende, andre (for eksempel forældre). Den information, der distribueres, kommer jo imidlertid også fra specifikke kilder, det vil sige ikke-personlige relationer, der kan beskrives som: markedet, reklamer, foromtaler, medier. 'Markedet' skal forstås som det, at kendskab til ét produkt fører til kendskab til andre (valg/fravalg) relaterede muligheder. 'Reklamer' er den direkte henvendelse til en målgruppe med information om et produkt og opfordring til at købe det. 'Foromtaler' er tidligere især set i forbindelse med nye fiktionsprodukter, men opleves i stadig større grad i forbindelse med diverse forskellige produkter, som for eksempel nye mobiltelefoner, nye internettjenester, nye kanaler. 'Medierne' er kanaler for såvel eksplicite og implicite referencer til diver-

⁵⁵ Granovetter har revideret sin oprindelige artikel om netværk fra 1973, blandt andet i lyset af den digitale udvikling.

se produkter, der medieres i forskellige sammenhænge i forskellige kanaler, og kan som sådan også siges at være redskab for de øvrige lag i distributionen.

De professionelle producenter af hardware, indhold og tjenester er i høj grad opmærksomme på betydningen af den horisontale netværksfunktion som markedsføringsinstrument - viral markedsføring starter allerede i udviklingsfasen med brugertest og i nogen grad brugerinddragelse⁵⁶. Der satses på analyser af, hvem der bliver trendskabere hvornår, og hvorfor, for at denne viden kan udnyttes i markedsføringen. Nogle producenter forsøger også at udnytte netværksfunktionen direkte ved at belønne de brugere, der kan trække andre brugere med sig.

Set fra det professionelle producentperspektiv er reklamer rettet mod en bestemt målgruppe fortsat den mest gennemgående strategi. Udviklingen skal ses i lyset af en tidligere kommerciel orientering mod "global target groups" (for eksempel unge i en bestemt aldersgruppe), som de Moij diskuterer (se kapitel 2, 2). Man kan måske nok sige, at produktionen generelt set stadig orienterer sig globalt mod aftagere på tværs af lokaliteter, men at markedsføringen i stadig højere grad differentieres i overensstemmelse med forskellige gruppers karakteristika. På nogle områder kan man dog nok tale om, at nye produktionsmuligheder også muliggør mere differentierede produkter og større variation indenfor et bestemt område – som for eksempel Barbiedukker eller variationer af tøj tilpasser lokale kulturer – eller salg af koncepter eller licenser som basis for produktion i en lokal kontekst. En meget stor del af de medieprodukter, der omsættes til afhandlingens deltagere, er kommercielle produkter, oftest at finde på store markeder. Et eksempel er populær musik, som for eksempel to af undersøgelsens præference topscorere, Celine Dion, eller Michael Jackson. Ind imellem dukker der imidlertid eksempler på *mikro-brands* op, som for eksempel en lokal musikgruppe, der er kendte for at være lokale, eller finske punkbands, som kun én i hele undersøgelsen nogensinde vil have hørt om⁵⁷.

Et sidste lag i informationsdistributionen, som direkte eller indirekte kan have indflydelse på de valg, de unge mediebrugere foretager, er **forældre**. Forældre har også i ungdomskulturerne, men især for de yngste unge, en aktiv rolle i skift og påvirkning: de er ofte købere af nye produkter, og de introducerer og påvirker medievalgene efter kvalitetsvurdering og pædagogisk hensigt, men også efter orientering mod formodede behov og ønsker. Efterhånden som de unge bliver ældre, reduceres den direkte indflydelse, men der er fortsat også tale om vertikalt udbredt påvirkning i form af forældrenes erfaringer/holdninger og brug (og garanti for anskaffelser). Hvilke medier og medieindhold findes i hjemmet? Hvilke

⁵⁶ Der findes mange teorier og skrifter omkring informationscirkulation og viral markedsføring indenfor organisationsteori og markedsføringsteori. Ideen er at markedsføre gennem distribution af produktinformation gennem eksisterende sociale netværk. En af de mere kritiske tilgange står for [Douglas Rushkoff](#) i sin bog fra 1994, [Media Virus](#). Adam Arvidsson beskæftiger sig desuden med begrebet i sin bog om branding (Arvidsson 2006).

⁵⁷ Mikrobrands er knyttet til afgrænsede lokale markeder, eller nichemarkeder, med en lille målgruppe, modsat andre brands globale udstrækning – for eksempel coca cola og Nike.

erfaringer med mediebrug har man med fra forældrene? Hvilke præferencer og smagshierarkier repræsenterer forældrene? Hvilke nye medier og hvilke mediekkanaler købes der? Hvilket omfang lægges der for mobilbrugen, såvel i forhold til økonomi som i situationer. Hvad kan MAN lide i familien: at se *Simpsons* sammen eller gamle danske film eller *Disney*-film eller at lytte til *Lars Lilholt*, *George Michael* eller *Wu Tang Clan*? Foretrækker MAN at se underholdning eller fodbold på tv, læse *Billed Bladet* eller *Sten og Stoffer* (ikke nødvendigvis modsætninger). I undersøgelsens interviews optræder der mange referencer til, hvad forældre mener og gør, til fælles mediebrug og til forandringer i forhold til forældrenes indflydelse, efterhånden som børnene bliver ældre.

De følgende **eksempler på informationscirkulation** er hentet fra undersøgelsens interviews. Eksempel 1: En dreng får en film, der ikke er udkommet i DK endnu, fra en fætter i USA - dvs hele vennekredsen ser den, er med og forud, når den kommer i de danske biografteater. Eksempel 2: En storebror introducerer lillebror for et computerspil, som lillebrors venner ikke engang har hørt om, men efter kort tid har de fleste været på besøg hos lillebror og har lært det nye spil at kende - tilstrækkeligt til at ønske sig det/købe det selv. Eksempel 3: Storesøster har siddet med veninderne og hørt musik og talt om, hvad de kan lide og hvad der styrer pt. Hun fortæller lillesøster, at Creamy er for små børn, men at Celine Dion, Kashmir og techno (jf. bilag 9) er helt ok. Lillesøster, der også efterhånden kan Creamys sange udenad, lader denne holdning gå videre til veninderne, der hurtigt finder ud af, at for at være stor skal man høre voksne sangere og avanceret musik, gerne på engelsk. Eksempel 4: En i gruppen får en ny mobiltelefon⁵⁸, og der argumenteres for, at den er billigere end de telefoner, der var populære sidste år, og diverse muligheder demonstreres for vennerne, der kan genbruge argumenterne overfor forældrene. Eksempel 5: en dreng interesserer sig som sine venner for et bestemt computerspil, og har ved at surfe og google opdaget en hjemmeside, hvor man både kan se nyt om spillet og udveksle erfaringer, oplevelser og gode råd med andre, der interesserer sig for spillet. Informationen deles med vennerne. Eksempel 6: En lærer i ungdomsskolen havde en cd med en finsk punkgruppe med, og Andreas syntes – som en eneste – at det var vildt godt og underligt på én gang. Han har fundet flere informationer om gruppen på deres hjemmeside, men ellers er det meget svært at finde mere om dem og deres indie-udgivere⁵⁹. Gennem gruppens hjemmeside har han fundet én i Odense, som også synes, at gruppen er fantastisk, og de skriver ofte på Messenger om det. Men når Andreas er sammen med vennerne fra dagligdagen, er det en helt anden type musik, de spiller.

⁵⁸ På tidspunktet for undersøgelsens gennemførelse fik en del af deltagerne forældres eller søskendes aflagte mobiltelefoner.

⁵⁹ Indie – musik producere, der er "independent" (uafhængige) af store kommercielle musikselskaber.

Omsætningshastighed

En betydelig omsætningshastighed karakteriserer mediebrugen for de unge deltagere i undersøgelsen. Hastigheden kan ses både som konsekvens af forholdet mellem medieudbud, mediebrug og primære og sekundære behov i forhold til mediebrugen og som et resultat af en yderst effektiv informationsdistribution, jf. ovenstående afsnit. Omsætningshastigheden i mediebrugen er symptomatisk for det moderne samfunds struktur, som giver forskellige udslag for borgerne. For eksempel problematiserer nogle af undersøgelsesdeltagerne de konstante skift, som af nogle af informanterne opleves som led i et stadigt forventningspres om at være opdateret og velforsynet. Mange deltagere har eller har haft perioder med særlig interesse for en genre, et produkt eller en gruppe, og ser tilbage med forbløffelse på denne fascination og den energi og interesse, man kunne investere i den givne interesse. Det er tydeligt, for eksempel når det gælder computerspil, at investeringen i indlevelse og oplevelse hænger sammen med at 'blive færdig' med et spil. Dvs at gennemførelsen betyder, at attraktionen ikke er så stor, når oplevelsen ikke er frisk. Der kan ligge den samme mætning i gentagne gange sening af en bestemt film eller tv-serier, lytning til de samme 2-3 numre fra en musikgruppe. På et tidspunkt er brugen/oplevelsen gennemført, og man må søge nye veje. Det virker, som om det går ekstra hurtigt for den aldersgruppe, denne undersøgelse dækker. Ind imellem kan det kan det imidlertid også for de unge være nostalgisk oplevelse at vende tilbage efter en tid og gense, genhøre, genlæse, genspille de tidligere favoritter - ekstra glæde iblandet vemod over tidligere oplevelser og deres forgængelighed.

Marieke de Moij påpeger, at 'When the influence of groups on individual buying behavior is considered from the sociological perspective, the individual is observed as a member of an individualistic society, By focusing only on the individual the group dynamics of a collectivistic society are ignored.' (de Moij s.6n-7ø). Den er imidlertid ganske tydelig i afhandlingens undersøgelse. Det fremgår på tværs af alle gruppeinterviews, at bestemte præferencer, medieoplevelser, udvekslinger om medieoplevelser, optræder i grupper og er resultatet af kollektive processer. For eksempel nævner flere fra samme klasse i et interview "Den eneste ene" som eksempel på en dansk film, man har set. Der er forskellige holdninger til den, men det viser sig, at flere har set den sammen, og at andre har set den umiddelbart efter disse. Det samme gør sig gældende for musikpræferencer, tv-serier, chat-brug, med mere – på trods af forskellige oplevelser og holdninger er der en tydelig gruppedynamik, en form for synergisk effekt i de oplevelsesmønstre, der tegner sig. Kun de meget selvbeviste vil være ligeglade med, om de kan referere – positivt eller negativt, selvoplevet eller genfortalt – til de væsentligste medieprodukter, der optræder i en større, ungdomskulturel kontekst.

Sideløbende med den generelle sildestimeeffekt, der måske kan kaldes den ungdomskulturelle referencebasis, ses der som nævnt eksempler i undersøgelsen på deltagere, der tydeligvis arbejder bevidst på at være synligt "ikke-trendy", ikke "bare" i stil med flertallets: "jeg

vil være speciel og synlig uden at skille mig ud” strategi, men en mere markant skillen sig ud – markering af antitrend, der næsten tenderer ny trend. Det kan være heavy metal, digtlæsning, hestebøger (hvilket de fleste er vokset fra blandt undersøgelsesdeltagerne), dokumentarfilm indenfor bestemte områder, dyrkelse af bestemte sub-genrer eller ukendte skuespillere og så videre.

Bevidsthed om mediemarkeder

Gennemgående er deltagerne i projektets empiriske undersøgelse bevidste om, at en stor del af deres medieindhold stammer fra kommercielle virksomheder, der som hovedinteresse har at skaffe kunder og tjene penge. De unge mediebrugere står generelt i en dobbelt position mellem konsumentrollen og rollen som kritisk, reflekteret forbruger - en dobbeltposition, som kan beskrives som en variation af forholdet mellem lystbetonet behovstilfredsstillelse og fornuftig refleksion (beskrevet i del 2.3.). Udover indgående kendskab til produkter og trends har de unge, jeg har talt med, gennemgående nogen indsigt i forholdet mellem markeder og udbud og efterspørgsel. For eksempel peger Daniel, 15 år, på, at gamle danske film er populære og dyre at sende, dyrere end en amerikansk serie som South Park i et år. Om sammenligningen holder er uden betydning, det interessante er erkendelsen af forskellene mellem seerinteresse, pris og marked.

Det er dog væsentligt, at der også gennemgående eksisterer bestemte forestillinger om, hvordan og hvorfor mediemarkederne ser ud, som de gør. Især er forestillingen om USA's dominerende rolle interessant, idet den er skruet sammen af faktiske, iagttagelige forhold og uunderbyggede antagelser. For eksempel siger Kristoffer på 13 år, at USA er først og størst med de fleste ting, fra internettet til smarte sko, og at "vi andre" efterligner det, de kan i USA. Betragtningerne kan overføres til opfattelsen af amerikanske medieproduktioner. Set ud fra en typisk ungdomskulturel position kan det tolkes, som om "amerikansk" er et kvalitetsmarkør i sig selv, også selvom de unge deltageres refleksioner over mediemarkedets kommercielle dimensioner tages i betragtning. Som det vil fremgå senere er det også opfattelsen, at der er en sammenhæng mellem kommerciel produktion (=mange penge) og kvalitet.

I projektets empiriske materiale er der repræsenteret forskellige opfattelse af forholdet mellem global (især amerikansk) henholdsvis lokal (dansk især) medieproduktion og årsagerne til, at der er så stor overvægt af globale medieprodukter i dansk (ungdoms)kultur. For eksempel peger Julia og Hanne på 12 år på sammenhængen mellem stjerne-kvalitet og popularitet:

Julia: Hvis de ikke er særligt kendt, så er der nok ikke særligt mange, der gider og se det.

Int.: Altså danske eller udenlandske?

Julia: Udenlandske.

Hanne: Der er nogen, der er fan af én, så er det noget med, at du kommer ind for at se dén film, fordi at han er med. Nu kommer der sådan en ny film, der hedder The Beach med Leonardo, ikke fordi jeg er fan af ham, men den skulle være helt vild god, og han er også en helt god skuespiller, synes jeg.

Int.: Ok, så ser man så den, fordi han er med dér?

Hanne: Ja, hvis man tager sådan en amatør, du bare ikke har set før, så siger man, ah, gider du nu bruge penge på det?

Som Hanne siger, er det ikke nødvendigt med et stjerne-fan-forhold, for at navnet i sig selv lokker. Stjernens cv, omdømme og mediebrugerens erfaring går op i en højere enhed, der udløser lyst til at se/høre mere. Det samme gør sig gældende for både film, serier og musik. For computerspil er det i højere grad designer og producent, der får rollen som kvalitetsmarkør⁶⁰. Der er en tydelig tendens til, at der finder en overførselsvirkning sted. Det vil sige, at en skuespiller, der måske er kendt fra en tv-serie, pludselig optræder som filmskuespiller og/eller som sangstjerne⁶¹. Dette finder sted både i forhold til globale og lokale produktioner, men ser ud til at have en særlig funktion i forhold til amerikanske produktioner. Muligvis fordi udbuddet er så stort, og fordi der ligger bestemte forventninger til denne type medieprodukter i forhold til underholdningsværdi, professionalisme, produkternes ambitionsniveau og så videre. Det betyder selvfølgelig ikke, at der ikke optages produkter med nye potentielle "stjerner", men at integrationen af disse i det samlede mulighedskatalog er afhængig af en kombination af venedistribution, dygtig markedsføring og genreinteresse i den gruppe, der undersøges. Formidlingen omkring de "sikre" produkter, som ikke forventes at være spil af penge, sker hurtigt og sikkert i de ungdomskulturelle netværk, og det samme gør aflivningen af gårsdagens helte.

Undersøgelsesdeltagernes økonomiske overvejelser

En yderligere dimension af spørgsmålet om adgang til medier og medieindhold refererer til de økonomiske muligheder for dels at anskaffe medier/medieteknologier, dels at udnytte mulighederne, for eksempel for at abonnere på tjenester, købe produkter, og for ekstensiv brug af kommunikationsmedierne og så videre, som beskrevet i 2.3. Det er som nævnt tydeligt, at nogle blandt undersøgelsesdeltagerne har adgang til mere avancerede medier og ikke behøver tænke voldsomt meget over omfang af brug, mens andres brug er påvirket af økonomiske hensyn. Det gælder for eksempel Sukran på 12 år, der siger: 'Jeg kan heller ikke lide at gå i biografen, det kan jeg altså ikke. Jeg synes, det er spild af penge', eller Sanna på 13 år, der holdt op med at læse sit favorit ungdomsblad, fordi hun ikke havde råd til det, og derfor begyndte at læse et gratis ungdomsblad. Der er meget tale om 'spild af penge' blandt deltagerne i undersøgelsen, også blandt de, der tilsyneladende ikke mangler dem og som har ekstensiv adgang til medier. En motivation for at downloade musik er, at man slipper for at betale for en hel cd med numre, man ikke gider høre; det er billigere at

⁶⁰ For eksempel Sid Meiers spil serier.

⁶¹ Mest fremtrædende eksempler er Will Smith og Jennifer Aniston, men der er mange andre.

leje ældre vidoer/cd'er end nye; det er billigere at sende sms'er end at ringe⁶². Andre eksempler er genbrug af ugeblade i familien (Jeannet, 12 år) eller Anna på 12, der lejer en film, der er et par år gammel seks gange i Blockbuster – den er billigere end de nye. Yasir på 12 fraråder sin lillesøster at købe en cd med Aqua, fordi hun kun kender ét af numrene, og hun kan ligeså godt "se" (siger han, ikke "høre") de andre numre i fjernsynet. Fjernsynet (eller downloads) kan altså udløse køb af det egentlige produkt. Men bevidstheden om produkternes flygtige værdi i forhold til den narcissistiske behovstilfredsstillelse (jf. Featherstone og Giddens, afsnit 2.2, s.41) er tydelig. Som vi så ovenfor i citatet fra snakken mellem 12årige Julie og Hanne, har deltagerne en del overvejelser omkring sammenhæng mellem forventet kvalitet og viljen til at betale. Det skifter imidlertid til stadighed, hvem der er (aner)kendte henholdsvis "amatører" (=ukendte) for deltagerne, og hvor præferencerne ligger.

Bevidstheden om produkternes flygtige værdi betyder dog ikke, at der ikke finder en omfattende omsætning af flygtige produkter og oplevelser sted, men peger snarere på en understregning af ovennævnte dilemma mellem følelsesmæssigt behov og fornuftspræget refleksion.

Generelt demonstrerer undersøgelsens deltagere en pragmatisk indstilling til sammenhæng mellem pris, behov, kvalitet og tilgængelighed. Men udsagnene om økonomitænkning i mediebrugen findes især blandt de 12-13årige. Det skyldes til dels, at de ikke har så mange penge til rådighed, som den ældre gruppe, hvor de fleste har erhvervsarbejde, dels at de for nylig er blevet rigtigt aktive kunder i ungdomskultur⁶³ og dermed konfronteres med forholdet mellem ønsker, varer, pris og økonomisk formåen. Endelig er der en tydelig opdragelseeffekt fra forældre, der i høj grad tænker økonomi i forhold til mediebrug⁶⁴, og fra søskende, der føler de erfarne mediebrugeres forpligtelser over for nybegynderne⁶⁵.

4.2 Adgang og præferencer

I det følgende beskrives adgang til medier og indholdspræferencer blandt deltagerne i afhandlingens empiriske undersøgelse. Beskrivelserne baseres på den spørgeskemaundersøgelse.

⁶² Det var før teleselskaberne begyndte at konkurrere for alvor på tjeneste-priser, bla gennem abonnementer med fri sms.

⁶³ Musik, film, tøj, mm)

⁶⁴ Dette er især dokumenteret gennem *Children and their Changing Media Environment*-undersøgelsen (Livingstone & Bovill 2001, Drotner 2001, Stald 1997 og 1998) hvor både børn og forældre blev interviewet. De fleste forældres mediebrug er omfattende, men samtidig er forældrene vokset op i en tid, hvor medieoplevelser og kommunikation blev betragtet som luksus eller i hvert fald ikke nødvendigvis selvfølgelige muligheder.

⁶⁵ Ikke nybegynderne i mediebrug, men som selvstændige, købedygtige kunder på medie- og ungdomskulturmarkedet.

søgelse⁶⁶, der blev gennemført under besøgene i otte skoleklasser (se bilag 3). Undersøgelsen giver et billede af mediebrug og – præferencer i de grupper, hvorfra deltagerne i de kvalitative interviews er hentet. Resultaterne fra spørgeskemaundersøgelsen indeholder således også svar om mediebrug og – præferencer fra de elever, der blev interviewet i grupper efter oplæg og diskussion i klassen. De interviewede kan dog ikke identificeres.

Tal om adgang til medier og ikke mindst om indholdspræferencers oprindelseslande, siger kun noget om én dimension af betydningen af adgang og præferencer. Der forskel på hvilke konkrete medier, undersøgelsens deltagere har, og på, hvor hurtig og billig en internetforbindelse de for eksempel har, om der er hjemlige reguleringer i forhold til mediebruget osv. Det betyder, at jeg her kan sige noget om den ganske simple adgang til bestemte medietyper, men ikke om detaljerne i betydningen af denne adgang i forhold til brug, oplevelse, erfaring og ikke mindst den faktiske reception. osv. Ligeledes fokuseres der i dette afsnit på indholdspræferencernes produktionsland, frem for på genre, produkt, stil og budskab, fordi gennemgangen af mediepræferencerne i dette afsnit skal læses som et led i den samlede analyse, der fortsættes i de to efterfølgende kapitler, og som giver indholdsmæssige eksempler på disse sammenhænge.

Tallene fra spørgeskemaet er brudt op på alder, køn og lokalitet. De væsentligste resultater er vist i bilag 5 til 15. Jeg refererer herunder især til søljudiagrammerne. I bilag 5, 6 og 14 har jeg anført tallene fra spørgeskemaundersøgelsen i parentes og omregnet dem til procent, skønt der i adskillige tilfælde er tale om få enheder. Jeg har valgt denne fremgangsmåde for at kunne give et overskueligt billede af størrelsesforholdet mellem de forskellige kategorier.

I spørgeskemaundersøgelsen blev deltagerne bedt om at skrive deres tre foretrukne medier samt "bedste" film, tv-serie, cd/gruppe/sanger, computerspil, webside og chatrum. Af bilag 6.a. fremgår fordelingen af foretrukne medier i forhold til alder, køn og lokalitet. Ikke alle har nævnt tre medier. Til brug for bilag 6.b. har jeg, for at give et indtryk af prioriteringerne, noteret det medie, der nævnes først, som det mest populære. Figur 17 og 18 herunder er baseret på bilag 6.a., det vil sige alle de medier, der nævnes. I enkelte tilfælde er der anført flere end tre medier – her har jeg valgt at liste de tre førstnævnte, fordi de er husket/skrevet først. Andre har slet ikke anført titler eller kun en eller to. Det giver selvfølgelig et ujævnt mønster i forhold til sammenligning mellem enkelte deltagere, men på tværs er manglende oplysninger nogenlunde ligeligt fordelt på tværs af alder, køn og lokalitet. Den væsentligste undtagelse herfra er under spørgsmålet 'foretrukne computerspil' som temmelig mange piger, især de 15-16årige havde undladt at udfylde. Disse "ikke-svar" bidrager til et tydeligt billede af, at computerspil på undersøgelsestidspunkt især er et drenge-medie.

⁶⁶ Se kapitel 3 om undersøgelsens omfang og status. Det skal igen bemærkes, at undersøgelsen ikke er repræsentativ for aldersgruppen.

Kombineret med data fra bilag 10, 14 og 15 viser billedet sig endnu tydeligere i forhold til kønsspecifikke genre- og indholdspræferencer.

Nogle af deltagerne skriver computer/internet eller omvendt internet/computer. Disse informationer er registreret som Internet, fordi det ifølge nogle af interviewene lader til, at det er i meningen internet, man siger computer/internet. Angivelserne viser, hvilket underbygges af data fra de kvalitative interviews, at der ikke altid skelnes mellem disse to muligheder.

Mange har angivet "radio" som foretrukket medie. Ifølge interviewene er den primære brug af radioen for musikken. Mens få af de, der deltager i interviewene siger, at de hører programmer som nyheder.

I forhold til afhandlingens projekt er jeg især interesseret i de gennemgående mønstre, der viser sig på baggrund af spørgeskemaundersøgelsen. For eksempel skal undersøgelsen bruges til at give et billede af, hvor mange film ud af alle nævnte præferencer, der er produceret i USA eller Danmark henholdsvis andre lande, samt på, hvorledes interesser fordeles sig på genrer. Derfor anser jeg det ikke for et problem, at der ikke er en fuldstændig ensartet fordeling på alle kategorier. De efterfølgende analysekapitler 5 og 6 går til gengæld dybere ind i undersøgelsesdeltagernes personlige oplevelser, erfaringer og holdninger.

Skemaerne blev udfyldt i klasserne efter en times snak om medier og mediebrug – derfor var der ingen medfølgende forklaringer på begreberne i spørgeskemaet (som 'medier', 'website' og 'chatrum'). Nogle har tydeligvis haft vanskeligt ved at finde ud af, hvad det var de skulle svare på, men også dette har haft en hensigt: hvor godt inde er de forskellige grupper gennemsnitligt i betegnelser og begrebet især i forhold til digitale medier. Nogle har skrevet hele internetadresser ud, mens andre blot har skrevet for eksempel 'chat på forum'.

Blandt de, der har eller anden form for telefon som et af tre foretrukne medier, har de fleste har blot skrevet 'telefon' og kun få 'mobiltelefon', selvom halvdelen har egen mobiltelefon. Det fremgår imidlertid af interviewene, at telefonbrug i høj grad defineres ud fra mobiltelefonens egenskaber. På undersøgelsestidspunktet er mobiltelefonens funktioner primært til kommunikation, og jeg tolker derfor, at det er telefonen som medie, mobil eller ej, der er central⁶⁷.

Danske unge er, som det blev beskrevet i afsnit 2.4., rigtig godt dækket ind med medier, især med elektroniske og digitale medier. I 2000, hvor undersøgelsen blev foretaget, havde alle undersøgelsens deltagere adgang til alle de medietyper, der nævnes i spørgeskemaundersøgelsen (jf. afsnit 3.2) – ikke altid i hjemmet, men så på skolen, biblioteket eller hos venner og familie. I de efterfølgende år er dækningen blevet endnu større, således at det

⁶⁷ Jeg har siden i andre analyser brugt at liste valgmuligheder, der kan krydses af, men dette har en indbygget begrænsende effekt. Det kunne dog afhjælpe en række fortolkningsproblematikker.

ikke er muligt at finde unge på samme alder som undersøgelsesdeltagerne uden mobil og uden en næsten fuldstændig dækning med hensyn til adgang til computer og internet i hjemmet og/eller på værelset. År 2000 markerer imidlertid – udover en generel symbolsk betydning – et tidspunkt, hvor de digitale medier for alvor begyndte at blive integreret i ungdomskulturer, i familierne, i skolerne og i samfundet bredt set på alle niveauer. Som det ses af figur 16 nedenfor, fastholdes medier som tv og radio imidlertid også – der bliver bare flere kanaler til underholdning, information og kommunikation.

Som det fremgår af figur 16, er tv det eneste medie, der findes i alle hjem, og på størstedelen af ungdomsværelserne. Der er ikke blevet spurgt til telefon i hjemmet (fastnet og "familie mobil"), men hvis tal fra Danmarks Statistik, IT- og Telestyrelsen sammenholdes viser dette tal sig også at være 100 eller tæt på⁶⁸ (*Nyt fra Danmarks Statistik 2000; IT og Telestyrelsens halvårsrapport 1. halvår 2000*). TV og fastnettelefon er således selvfølgelig medier i undersøgelsesdeltageres hjem.

Adgang til medier

Selvom forskellene i drenge og pigers *interesse* i at bruge computer og internet er udjævnet siden undersøgelserne *Children and Their Changing Media Environment* fra 1996-98 (Stald 1997, 1998, 2000b, 2002), er der forsat i afhandlingens undersøgelse tale om ret markante forskelle mellem drenge og pigers *adgang* til forskellige medier. Således har gennemsnitligt 88% af deltagerne computer i hjemmet. Det er fordelt på 94% af drengene og 84% af pigerne, mens der er 58% af alle, der har internet hjemme, fordelt på 66% af drengene og 51% af pigerne. Mønsteret bliver endnu tydeligere, når vi ser på adgang til medier på værelset: gennemsnitligt 36% har computer på værelset, fordelt på 51% til drengene og 23% til pigerne, mens internet findes på 15% af alle værelserne, men på 22% af drengeværelserne og kun 10% af pigeværelserne. Selv fjernsyn findes der flere af på drengeværelserne (83%) i forhold til pigeværelserne (73%), også selvom de fleste piger (lige som drengene) angiver fjernsynet som et af de vigtigste medier⁶⁹. Spørgsmålet om mediernes kvaliteter og hvor nye de er, er ikke omfattet af undersøgelsen, men i undersøgelsen fra 1996-98 er det tydeligt, at drengene tidligere end pigerne får mere avancerede medier.

Kun i forhold til mobiltelefonen er pigerne med – her er stillingen fuldstændig lige med 49% til hver. De tidligere nævnte undersøgelser (Livingstone 2001 og 2002; Drotner 2001b; Stald 1998 og 2000) viser, at denne fordeling primært er en kombination af pigernes mindre intensive insisteren på at få medierne (eller få lov til at anskaffe dem) og forældrenes gene-

⁶⁸ Ifølge Danmarks Statistiks opgørelse over husstande, var der per 1.1.2000 knap 2,5 mill. Husstande, mens der ifølge IT og Telestyrelsens halvårsoversigt fra første halvår 2000 var ca. 3,76 mill. fastnetabonnementer i Danmark. Fratrasket virksomhedstelefoner giver det et abonnement per husstand.

⁶⁹ Selvom tv jf. figur 17 og 18 scorer højest betyder søjlerne blot, at de fleste nævner tv som ét af tre vigtige medier. Det kan ikke siges, at tv for alle, der nævner det, er det vigtigste medie, om end mange nævner det som første mulighed.

Køn	Alle	Alle ♂	♂ (65)		Alle ♀	♀ (81)	
Alder	(146)	(65)	12-13 år (32)	15-16 år (33)	(81)	12-13 år (39)	15-16 år (42)
computer/ hjemme	88% (129)	94% (61)	91% (29)	97% (32)	84% (68)	82% 32	86% (36)
computer/ værelse	36% (52)	51% (33)	38% (12)	64% (21)	23% (19)	21% (8)	26% (11)
Internet/ hjemme	58% (84)	66% (43)	63% (20)	70% (23)	51% (41)	44% (17)	57% (24)
Internet/ værelse	15% 22	22% (14)	9% (3)	33% (11)	10% (8)	3% (1)	17% (7)
TV/ hjemme	100% (146)	100% (65)	100% (32)	100% (33)	100% (81)	100% (39)	100% (42)
TV/ værelse	77% (113)	83% (54)	75% (24)	91% (30)	73% (59)	69% (27)	76% (32)
Mobil- telefon	49% (72)	49% (32)	34% (11)	64% (21)	49% 40	36% (14)	62% (26)

Figur 16. Adgang til medier i hjemmet og på værelset

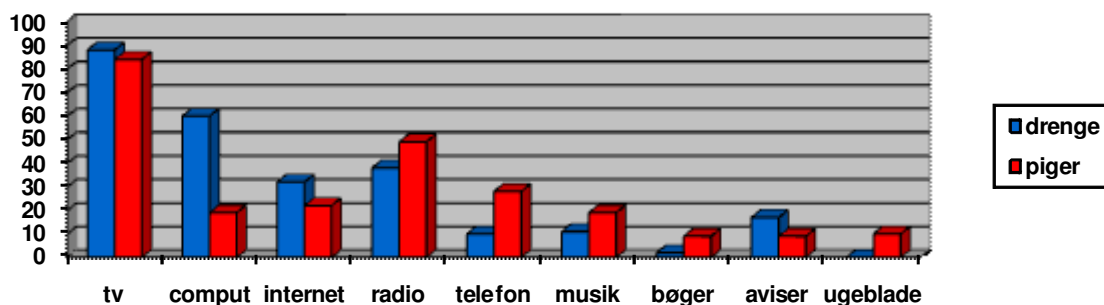
relle opfattelse af, at drenge har mere interesse i alle former for teknologi, også når det gælder medier, og især når det gælder computermedier. Antagelsen er, at pigerne foretrækker socialt samvær, snak og hygge på værelset med veninderne frem for medieret kommunikation eller underholdning, og at snak/udveksling fylder betragteligt mere i pigerens univers end i drengenes, hvilket kunne begrunde, at pigerne følges med drengene ift mobiltelefonerne. Ud fra både spørgeskemaundersøgelse og interviews og sammenlignet med tidligere undersøgelser (Stald 1997 og 1998) er det dog tydeligt, at pigerne i undersøgelsen netop har fundet noget at bruge de digitale medier til, såvel computermedier som telefoner, og at de betyder meget i de daglige sociale relationer og i stigende grad også i forhold til underholdning og information.

Det er ikke muligt at drage entydige konklusioner omkring den kønsdifferentierede adgang til medier ud fra afhandlingens undersøgelse, men helt overordnet er der tale om, at flere piger end drenge skal investere mere tid og energi i at få adgang til de samme informationer og til for eksempel at kunne kommunikere online på lige fod med drengene. Mange af pigerne nævner i interviewene, at de bruger skolens internet, og det er tydeligt, at de fleste

piger jævnligt benytter sig af at kunne gå på nettet. Deres brug kan imidlertid ikke i alle tilfælde blive så umiddelbar og i situationen, som for drengene. Dog skal det bemærkes, at det jo også fortsat er et mindretal af undersøgelsens drenge, der har netadgang på værelset på undersøgelsestidspunktet. Det skal også bemærkes, at det især er de 15-16årige frem for de 12-13årige, der har privat og personlig adgang til medierne. Det er især markant i forhold til mobiltelefonerne, som langt flere i den ældre gruppe end i den yngre gruppe har⁷⁰.

Når man sammenholder adgang til medier med foretrukne medier er der ikke overraskende et sammenfald. Der er ikke spurgt om adgang til bøger, aviser og magasiner i spørgeskemaundersøgelsen, så hvis de optræder, er det under spørgsmålet "Dine tre foretrukne medier" (bilag 3). Der er dog ingen tvivl om, at tv, computermedier, radio og telefon fylder mere i undersøgelsesdeltagernes hverdag, end de trykte medier gør.

Tv er som nævnt det medie, som flest foretrækker, fulgt af computer, radio og internet. Af figur 17 og 18 fremgår det, at der for alle medier udover fjernsyn er fra lidt til betydelige forskelle i præferencerne ud fra køn og alder. Flere drenge end piger finder helt klart computeren vigtig, men interessant nok er det de yngste blandt begge køn, der oftest nævner computeren blandt de tre foretrukne medier. Omvendt nævner flere 15-16årige end 12-13årige internettet som et af tre medier.

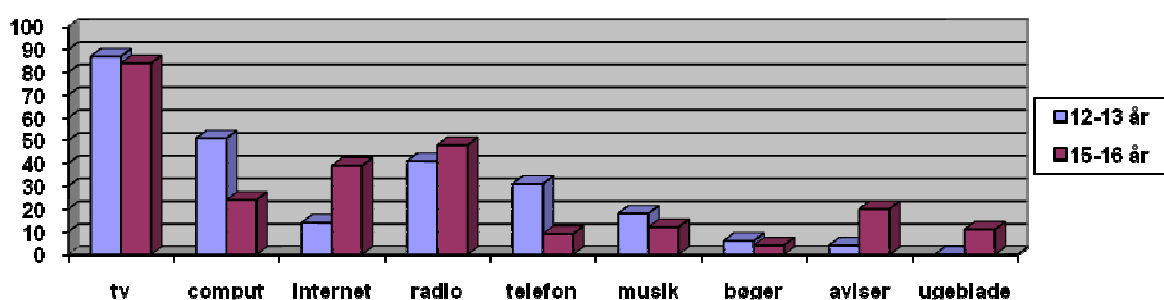


Figur 17. MEDIEPRÆFERENCER / Diagram baseret på %, alle medier nævnt fordelt på køn

Da de kvalitative data peger på, at drenge i begge aldersgrupper er meget (og mere end pigerne) interesseret i spil og i at finde informationer online, kan det skyldes, jf. indledningen til dette afsnit, at computer og internet ofte tolkes som ét og samme medie. Data i denne del af undersøgelsen kan angive mønstre for præferencer indenfor en afgrænset gruppe og ikke noget om tidsforbrug og indhold, men der må være en sammenhæng mellem foretrukket medieplatform, indholdspræferencer og hvor meget man benyttet sig af det pågæl-

⁷⁰ I 2008 er det vanskeligt at finde 12-13årige – og slet ikke 15-16årige - der ikke har egen mobil (Stald 2007, 2008), men omkring fra 1998-2000 skete der et voldsomt ryk i antallet af unge med egen mobil, hvilket betød, at mobilen kunne få en betydelig rolle i ungdomskulturen, da tilstrækkeligt mange havde mobiler til, at det var nyttigt og sjovt at gøre brug af dem som mere end praktiske kommunikationsredskaber.

dende medie – hvis det er tilgængeligt. Det vil derfor være rimeligt at sige, ud fra disse data, at unge i undersøgelsen får størstedelen af deres medierede indtryk fra tv, computer, internet, radio og i mindre grad fra de trykte medier. Dog skal man huske, at radio som nævnt ofte vil være det samme som ”musik”, og at ”musik” således er godt repræsenteret blandt præferencerne, svarende til musikkens betydning i ungdomskulturerne. Det er desuden vigtigt at huske, at der er stor variation mellem undersøgelsens enkelte deltagere, således at der for eksempel ikke findes bøger og aviser i nogles hjem, mens andre læser rigtig mange bøger. Det er også vigtigt at huske, at de to figurer ikke siger, om deltagerne læser bøger, hører radio og hvor meget, men hvilke medier, de foretrækker at bruge.



Figur 18. *MEDIEPRÆFERENCER / Diagram baseret på %, alle medier nævnt fordelt på alder*

Tegningen herunder, figur 19, viser en tegning af et typisk værelse for undersøgelsens deltagere. Bilag 1.b. viser blandt andet en oversigt over, hvad undersøgelsesdeltagernes tegninger tematiserer og hvilke medier, de viser. Der er en klar overvægt af tegninger, der tematiserer fritid og underholdning (Bilag 1.b: c. tema), og af tegninger, der indeholder tv, musikanlæg og computer (Bilag 1.b: e. medietyper). Dette kan sammenholdes med afsnit 2.4.s generelle diskussion om unge og deres medier i forhold til, at medierne især opfattes som centrale i fritidskulturer, og at elektroniske og digitale medier fylder mest.

Indholdspræferencer

Dette afsnit giver et indblik i, hvorledes undersøgelsesdeltagernes foretrukne medieindholdseksempler fordeler sig på oprindelse og på, hvilke konkrete medietekster, deltagerne har listet som ”bedste” indenfor film, tv-serier, cd/gruppe/sanger, computerspil, website eller chatrum. Det er naturligvis en meget selektiv opgørelse over deltagerne indholdspræferencer, som for eksempel ikke medtager fakta-tv-programmer eller trykte medier. Eksemplerne kan ikke refereres direkte til fordelingen over foretrukne medier, da film jo for eksempel kan ses på adskillige platforme og indhold på kommunikationsmedier ikke er repræsenteret.

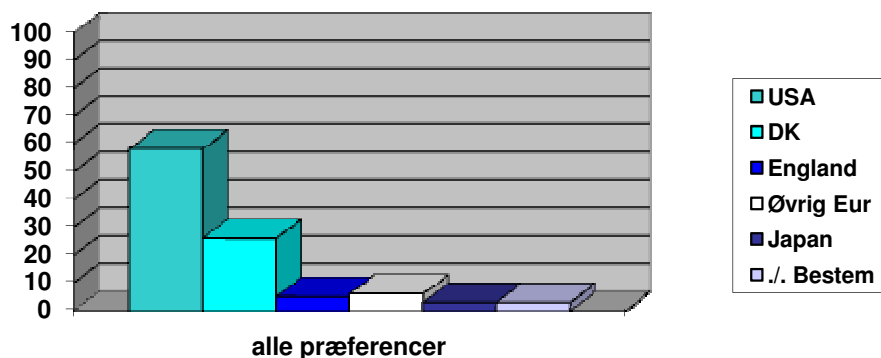
Bilag 15 a-d viser samtlige besvarelser med de kombinationer af titler, der nævnes for de enkelte deltagere i undersøgelsen.



Figur 19. Torsten, 6. klasse.

Drengværelse med medier uden dreng. De mest almindelige medier er repræsenterede: musikanlæg, tv med playstation, computer, telefon og, på gulvet, en avis eller et blad. På væggen en hylde med spil, videobånd – eller måske bøger. Endelig markeres fodboldinteressen gennem plakaten på væggen i tegningens venstre side. Også denne tegning illustrerer gennem angivelse af præferencer ("Hollywood") temaet for interviewet. Det er (i nogen grad) en erkendelse at tænke over, at man foretrækker Hollywood frem for andre muligheder. Mange af tegningerne i undersøgelsen (40 ud af 64) har et eller andet element, der kan karakteriseres under kategorien 'underholdning', med.

Indholdspræferencer i forhold til oprindelsesland er et centralt emne. Der er en overvægt af amerikansk og engelsk producerede medieprodukter blandt de foretrukne titler på film, serier, musik, computerspil, websites og chatrum, som er angivet i undersøgelsens spørgeskemaer. Det har været et vanskeligt arbejde at afdække produktionsland for adskillige af de nævnte præferencer, fordi medievirksomhederne ofte er dele af større mediekonglomerater, og fungerer som filialer af større virksomheder. Men samlet set ser fordelingen på produktionsland således ud, beregnet samlet for alle de indholdspræferencer, der nævnes, og for alle grupper (køn, alder, lokalitet) i undersøgelsen:



Figur 20. Præferencer (total i %) fordelt efter oprindelsesland. Se bilag 14.

Som det fremgår af bilag 13, nævnes der i spørgeskemaerne 698 præferencer⁷¹ i kategorierne film, tv-serier, musik, computerspil, websites og chatrum. Heraf har 402 (58%) oprindelse i USA, 184 (26%) i Danmark, 35 (5%) i England, 44 (6%) i øvrige Europa, 14 (2%) i Japan, og 19 (3%) kan ikke bestemmes. Præferencer af amerikansk oprindelse udgør altså godt dobbelt så mange som præferencer af dansk oprindelse, og godt tre gange så mange som øvrige præferencer tilsammen. Dette diagram viser kun en generel markering af det amerikanske mediemarkeds indflydelse på unge danskers mediekulturer og om forholdet mellem amerikansk, engelsk, dansk og øvrige præferencer. Tallene bliver mere tydelige i forhold til de enkelte mediegenrer. For eksempel er, som det vises nedenfor, omkring 80% af foretrukne film og tv-serier produceret i USA (af amerikanske producenter). Til gengæld er 58% af alle nævnte websites og 99% af alle chatrum danske (33 % henholdsvis 1% amerikanske), hvilket har stor indflydelse på det samlede gennemsnitlige billede jf. figur 20. Fordelingen på medier i figur 21 er mere anvendelig for de efterfølgende analysekapitler. Herunder gennemgås hovedtrækkene i de tendenser, undersøgelsen peger på. I afhandlingens kapitel 5 analyseres betydningen af disse mønstre for præferencer gennem inddragelse af de kvalitative interviews.

Et centralt spørgsmål til betydningen af de anvendte data fra spørgeskemaundersøgelsen er hvilken betydning, de kan tillægges. Dels er udfyldelsen af skemaerne ujævn i forhold til deltagerens interesser og ikke mindst deres engagement og hukommelse i situationen (for eksempel har kun få af især de ældste piger som nævnt udfyldt kategorierne 'foretrukne computerspil' og 'foretrukne hjemmeside', mens de til gengæld har været meget inspirerede i forhold til film og tv-serier). Man kan ikke slutte alene fra oprindelsesland til tema, kvalitet og betydning, men ser man på oprindelsesland kombineret med det faktum, at der stort set kun listes populære, kommercielle produkter, viser der sig et tydeligt billede af, at langt

⁷¹ Hvis alle 146 deltagere havde nævnt tre hver, ville tallet have været 2628, men som nævnt har mange kun listet én titel eller ikke nogen under de forskellige kategorier

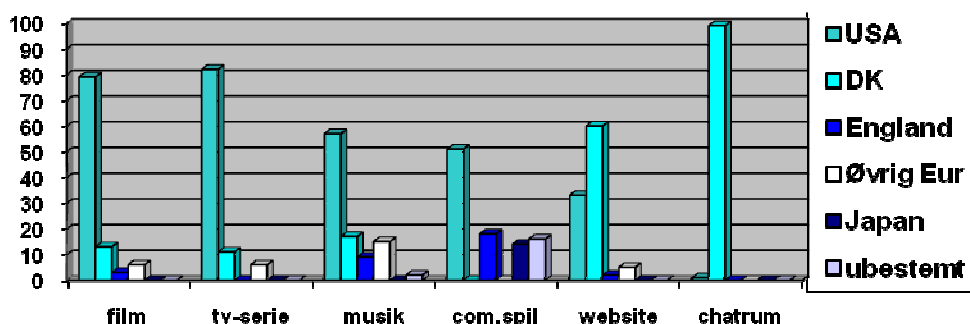
hovedparten af præferencer indenfor film, tv-serier, musik og computerspil ligger indenfor amerikansk produceret populærkultur.

Selvom den amerikanske og engelske medieproduktion generelt dominerer de ungdomskulturelle mediemarkeder ses der dog også forskelle på balancen mellem globale henholdsvis lokale præferencer mellem forskellige europæiske lande. For eksempel er der i Frankrig og Tyskland større interesse for nationale produktioner, i hvert fald sammenlignet med Danmark (Drotner 2001:45). Dette har muligvis en virkning ud over landenes grænser, idet der optræder flest eksempler på europæiske produktioner fra Tyskland og Frankrig i både spørgeskemaundersøgelsen og i interviewene.

Hvis man ser på præferencerne ud fra de fire lokaliteter, hvor afhandlingens undersøgelse blev foretaget, er der stor overensstemmelse med ganske få, men interessante undtagelser: i Tinglev er andelen af danske tv-serier og film betydeligt større end på de øvrige tre lokaliteter (bilag 14 k-n). Forklaringen kan være en stærkere national orientering i grænselandet, Til sammenligning med den relativt store interesse for dansk tv og film i Tinglev, er der i Lyngby den stærkeste orientering mod amerikansk produceret indhold og den laveste mod dansk indhold (bilag 14 o-r). På den anden side fremgår det af de kvalitative interviews, at alle deltagere på alle lokaliteter godt kan lide dansk tv-fiktion, film og musik, hvis det opfylder en række kvalitetskrav.

En interessant og markant tendens, som tegner sig i den samlede opgørelse over undersøgelsesdeltagernes præferencer er, at der nævnes så mange forskellige titler indenfor alle kategorier. Umiddelbart ser det ikke ud til, at en bestemt gruppe altså samles omkring bestemte produkter på samme tid. Dette mønster tegner sig imidlertid klarere, hvis de nævnte præferencer samles under genrekategorier. Herigennem ses et tydeligt mønster for præferencer for eksempel i forhold til alder og køn (bilag 14c-f).

Den samlede grafiske fremstilling over præferencer fordelt på medie/genre efter oprindelsesland, ser således ud (se også bilag 14.b).:



Figur 21. Præferencer (total i %) fordelt på medie/genre efter oprindelsesland

Film. Som led i afdækningen af, hvorfor de forskellige filmtitler og tv-serier opgives som mest populære, har jeg så vidt muligt sammenlignet de angivne præferencer med film i biografen og på tv samt tv-serier på tv i undersøgelsesperioden⁷². For ikke at være helt underlagt vægten af den senest sete film eller serie bad jeg deltagerne i undersøgelsen om at liste deres tre foretrukne film. Alligevel er der – ikke overraskende qua antagelsen bag strategien om at bede om flere titler - en stærk sammenhæng mellem popularitet og aktualitet – de nyeste film samles flest om, fordi de har gået i biograferne og måske har været genstand for diskussion, evaluering, kritik i vennegruppen og videre familie, medier, skole mm). Til gengæld er der en sammenhæng mellem de ældre, ikke nødvendigvis særligt kendte film, der også optræder på listen og visningen af dem i tv eller lanceringen af dem på video⁷³. Da film ud over i biografen i høj grad ses på mange forskellige tv-kanaler og på video/dvd er variationen temmelig stor. Der optræder dog også film på listen, som ifølge interviewene ganske enkelt er yndlingsfilm på tværs af tid og andre tilbud – og et par enkelte film, der får rollen som 'skæve' præferencer, for eksempel *A year in Metallica's Life*, som måske nok er underholdende men ikke fiktion, og som primært er interessant for de, der interesserer sig for gruppen eller musikgenren.

Det fremgår af bilag 7, at de 146 deltagere i undersøgelsen har nævnt 81 forskellige film, i alt 143⁷⁴, og at kun ganske få film opnår at blive nævnt af mere end tre deltagere. *The Fifth Element* er topscorer med 12, dernæst kommer *Kærlighed ved første hik* og *Scream 1+2* med hver syv scoringer. *Den eneste ene* og *Titanic* følger efter med hver fem. Det er alle film, der er i biograferne på undersøgelsestidspunktet eller som har været en historisk begivenhed på filmmarkedet (*Titanic*). Der er altså to danske film på topscorerlisten. Dette passer godt med top-20-listerne for populære film i danske biografer i 1999 og 2000. Begge år er seks ud af 20 film danske – men ikke alle seks film er nævnt blandt de unges præferencer.

Det der måske generelt set er overraskende ved den store spredning af præferencer er, at de udover ovennævnte få eksempler ikke afspejler tydelige kollektive oplevelser af nye, populære film. En af begrundelserne kan være, at undersøgelsesdeltagerne gennemgående ser rigtig mange film, og at der sker en stadig udskiftning af præferencer. Det ser af fortegnelsen også ud til, at 'trofastheden' mod nye store film ikke holder længe. Det fremgår tydeligere af gruppeinterviewene, at film ofte ses kollektivt (biograf/video/tv) og huskes kollektivt.

⁷² Jeg har dog valgt ikke at liste sendte film og tv-serier i biografer og på diverse tv-stationer af hensyn til overskueligheden i analysen.

⁷³ Jeg har sammenlignet tv-programmer, lister for biograffilm og videoudlejning med listen over foretrukne film, og der er en klar sammenhæng.

⁷⁴ Af dette tal fremgår det, at mange kun har nævnt én titel, og en del har slet ikke nævnt nogle. Hvis alle skulle nævne tre film (og det samme gælder de øvrige medier) ville tallet være 438.

Serier. I undersøgelsen lister deltagerne 48 forskellige serier (bilag 8), som næsten alle sammen vises på en af de tilgængelige tv-kanaler på undersøgelsestidspunktet. Der er gentagelser imellem, men de fleste er aktuelle. Topscorerne er henholdsvis *Friends* og *South Park* med hver 15 hits. Derefter kommer *Beverly Hills* og *Simpsons* med henholdsvis 12 og 10 hits. De mest populære serier er altså amerikanske, mens de danske serier som *Hvide løgne*, *Kongeriget*, *Madsen og Co*, og *Taxa* scorer mellem et og tre hits.

Som det fremgår af figur 21 ovenfor ligner fordelingen af nævnte serier fordelt på oprindelsesland fuldstændig fordelingen på film: lidt over 80% er produceret i USA, 10 % er produceret i Danmark og resten fordeler sig på de øvrige kategorier.

Det ser ikke ud til, at alder har den store betydning i forhold til præferencer efter oprindelsesland, det er snarere køn, der giver udslag, om end relativt beskedent, idet pigerne (dog især de ældre) har noteret sig for flere amerikanske serier end drengene (bilag 14.c-f). Men også drengene har en markant overvægt af amerikanske serier. Det er interessant, at "øvrige Europa" har flere hits end England. Hvis man går frem til bilag 14.n. ses det imidlertid, at det især er i Tinglev, hvor man også ser tyske serier, at "øvrige Europa" dukker op.

Computerspil. Også indenfor computerspilpræferencer (bilag 10) er der stor spredning i forhold til antallet af forskellige spil, der nævnes (53) og samlet antal hits (94). Det er især drengene, der har udfyldt denne del af spørgeskemaet, mens en del af især de 15-16årige piger enten har sat spørgsmålstegn eller skrevet 'spiller ikke' udfor spørgsmålet. Præferencerne afspejler en blanding af, hvad der er populært = nyhedsværdi samt, hvad man har adgang og computer til. Skægt nok er det alligevel to af pigernes præferencer, der samlet set får flest hits, nemlig 'kabaler' og *Mario* med syv hits hver, hvilket passer ind i de typiske distinktioner i spillkulturene på undersøgelsestidspunktet. Denne type "pigespil" er også årsagen til, at kategorien "ubestemt" fylder relativt meget for pigerne – nogle af de småspil, de nævner, kan simpelthen ikke spores ud fra de titler, der opgives.

Drengene spiller især sportsspil som *Championship Manager* og *Fifa*, samt actionspil som *Half-Life* og *Unreal Tournament*, strategispil og rollespil.

Fordelingen på afsenderland er interessant, fordi England og Japan kommer på banen. Således har 50% af spillene oprindelse i USA mens 18 og 14% er fra henholdsvis England og Japan. 18% har ikke kunnet bestemmes efter oprindelsesland, enten fordi den angivne titel ikke er listet under nogen producenter, eller fordi spillfirmaerne i mellemtiden er blevet sluttet sammen, solgt, opløst med mere, så spillets oprindelse ikke kan spores.

Musik. Musikpræferencer (bilag 9) er det område, der er størst spredning på. I alt 127 nævnte præferencer fordeler sig på 74 forskellige kunstnere og grupper, så der er ikke så stor samling om de enkelte. Største samling er omkring *Celine Dion* med ni hits, derefter *2Pac* med seks og *Kashmir* og *Michael Jackson* med hver fire. Techno som genre får fem

hits. Det er interessant, at det indenfor de forskellige kategorier især er pigerne, der samler sig om bestemte titler eller kunstnere.

De nævnte præferencer afspejler i høj grad, hvad der var populært på undersøgelsestidspunktet, dermed hvad der spilles i radioen og musikprogrammer i tv. Dertil kommer udtryk for særlige interesser, der hver får et enkelt hit, som for eksempel *Abba*⁷⁵, *Black Sabbath*, der som gruppe er betydeligt ældre end respondenterne, 'Dansk musik' (ikke nærmere defineret), *Jodle Birge*, *Skunk Anansie* og 'Disney'⁷⁶.

Præferencerne for musik fordeler sig lidt mere over afsenderlande, end det er tilfældet med film og serier (Bilag 14.k.-n.). Således er for eksempel 57% produceret i USA, 17% i Danmark, 15% i England, 9% i øvrige Europa.

Websites. Foretrukne websites (bilag 11) fordeler sig på interessesider (fansites for stjerner, fodboldklubber med mere), hjemmesider med adgang til e-mail, diverse chatsites⁷⁷, søgemaskiner, tv-sider, og særlige interesser fra porno til musikinstrumenter og autotilbehør. Den mest populære side er hotmail med 10 hits, efterfulgt af Jubii og Forum med henholdsvis syv og otte hits. Derefter kommer Altavista og Netstationen. Den mest populære interessesite er thhansen, som fire af de 15-16årige drenge fra Jylland foretrækker. Autotilbehør og lignende⁷⁸ er ikke så interessant i hovedstadsområdet.

Som nævnt ovenfor er 58% af de foretrukne hjemmesider danske, mens 33% er amerikanske. De resterende procent fordeler sig med flest til øvrige Europa (især på grund af foretrukne fodboldklubsites) og England. De 12-13årige piger bryder dog mønstret lidt, da 65%, af de foretrukne hjemmesider, de angiver, er amerikanske. Men det skyldes, at mange opgiver "hotmail" som hjemmeside. Mange mener måske i virkeligheden især e-mailfunktionen, men der er også en nyhedsside knyttet til e-mailen. Hotmail og tilsvarende er i virkeligheden rigtig gode eksempler på, at oprindelsesstedet i sig selv ikke nødvendigvis har en meget stærk, synlig national (amerikansk) eller international profil – de fleste brugere overvejer næppe, at Hotmail er amerikansk (trods adressen "dot com"), i modsætning til serier og film, og i nogen grad musik, hvor oprindelsen er meget tydelig. Funktionaliteten er central i forhold til kommunikationstjenester.

To af drengene har angivet 'min egen' hjemmeside som foretrukken side.

Chatrum. Man kan sige, at både antallet af hits i alt samt antallet af forskellige titler indenfor alle kategorierne viser noget om udbuddet indenfor et område og om deltagernes kend-

⁷⁵ Som ganske vist blev relanceret med et greatest hits album i perioden.

⁷⁶ Formentlig menes filmmusik, som jo har en kunstner bag, for eksempel Elton John som leverandør til *Løvenes Konge*.

⁷⁷ Dette kan forekomme at være i konflikt med efterfølgende kategori 'foretrukne chat-sites', men mange chatsites har portal-funktioner, hvor man kan få adgang til meget andet en chat, for eksempel korte nyheder. Reelt er der tale om 13 forskellige sites.

⁷⁸ Thhansen.dk har udviklet sig siden 2000 til at være et online salgssted for hvad som helst.

skab til udbuddet. Der nævnes kun 21 forskellige⁷⁹ chatrum i denne kategori (bilag 12). Til gengæld samles de fleste hits om nogle få foretrukne chatsites, der fungerer som online mødesteder, nemlig Forum med i alt 25 hits, Opasia med 17 hits, Jubii med samlet 13 hits og Netstationen med i alt 10 hits. De øvrige fordeler sig på dels forskellige ubestemte chatrum ('søde fyre', 'forskelligt', 'ligegyldigt hvor') og andre typiske ungdomssites som for eksempel Carlsberg og en enkelt pornochat. Udbudet af chatkanaler er steget betydeligt siden undersøgelsen blev foretaget og er enten blevet integreret i 'livsstilssites', spil eller tv-platforme. Der er en tendens til at chatsites hurtigt blomstrer op og bliver populære i en periode, hvorefter brugerne søger nye rammer for deres udvekslinger med venner, bekendte og nye relationer. Det væsentlige er dog, at brugerne må samle sig om bestemte sider i bestemte perioder for at kunne udnytte dets muligheder. Der er ikke så meget ved at være den eneste i en vennegruppe på en bestemt chat, med mindre det er et forum for særlige interesser.

Fordelingen på oprindelsesland er som nævnt overvældende ensidig: 99% er danske, 1% er amerikansk = et hit, nemlig Messenger, der begynder at komme på banen i ungdomskulturerne på dette tidspunkt. Men som med Hotmail, tilpasses siden/tjenesten den lokale kontekst, det vil sige den nationale adresse, og brugerne mødes på dansk. Det vil sige, at konceptet er amerikansk og kan bruges internationalt med log-ons, men udseendet og sproget er dansk.

Chatsider er den kategori, hvor der er størst overensstemmelse mellem præferencer og alder og køn.

Opsamling

Samlet set kan man sige, at undersøgelsesdeltagernes indholdspræferencer domineres af amerikanske produkter med undtagelse af chatrum og, i lidt mindre udstrakt grad, web-sider. Genremæssigt er der især tale om populære, kommercielle produktioner, med enkelte undtagelser såvel indenfor film som tv-serier, musik og computerspil. Selvom en række produkter kan samle nogen interesse, er der gennemgående tale om stor variation i præferencer. Der tegner sig relativt tydelige billeder i forhold til især kønsspecifke præferencer, det vil sige gennemgående mere action, rock og skydespil til drengene og mere romantik, pop og platformsspil til pigerne. Karakteristikken af den undersøgte gruppes unges mediepræferencer viser således, når de sammenholdes med fremstillingen i kapitel 2, at den undersøgte gruppe ikke adskiller sig væsentligt fra unge danskere og deres mediebrug som helhed. Desuden peger kapitlet på væsentlige træk ved den undersøgte gruppes mediebrug, der kan danne afsæt for analyserne i kapitel 5 og 6 af, hvordan medierne spiller ind på brugernes erfaringer, refleksioner og holdninger.

⁷⁹ Heraf er nogle dog indenfor samme firma, for eksempel *Forum*, *Forum 12-15 år* og *Forum/scoredebat*.

5 GLOBALT UDSYN OG LOKALT INDBLIK

I kapitel 4 blev undersøgelsens kvantitative datasæt præsenteret med henblik på en karakteristik af træk ved den undersøgte gruppes mediebrug og –præferencer. Formålet med dette kapitel 5 er at analysere de unge undersøgelsesdeltageres erfaringer med og holdninger til medieindhold, medierede oplevelser og medieret kommunikation, med særligt fokus på forholdet mellem lokale og globale aspekter af produkt, indhold og oplevelse. I det efterfølgende kapitel 6 analyseres den undersøgte gruppes mediebrug i forhold til bredere kontekstuelle forståelser af mediernes betydning for global og lokal orientering. Kort sagt handler kapitel 5 om at de unge møder og oplever medierne lokalt, mens kapitel 6 handler om, at de unge forstår medierne i en global kontekst.

Analyserne i kapitel 5 og 6⁸⁰ forholder sig overordnet til afhandlingens hovedtemaer: unge, globalitet og lokalitet i lyset af mediebrug og –betydning (jf. kapitel 1 s.17). Først har vi altså i kapitel 2 fået en kondensering af afhandlingens centrale begreber og problemstillinger, dernæst har vi i kapitel fire fået en karakteristik af den undersøgte gruppes mediebrug og i de to analysekapitler analyseres så de data, der er fremkommet på baggrund af den empiriske undersøgelse, sammenholdt med erfaringerne fra kapitel 2 og 4.

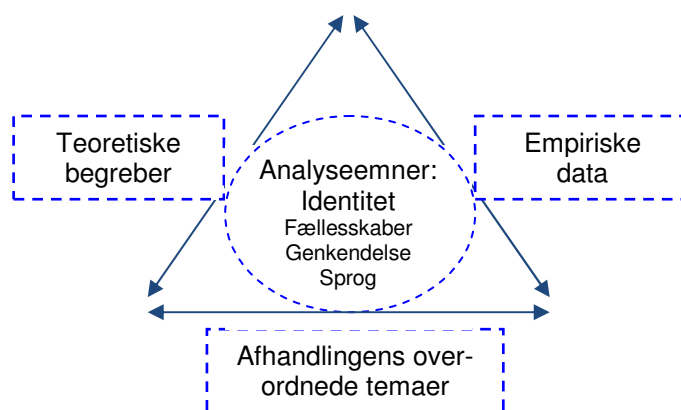
Første etape i analyseprocessen har været at definere afhandlingens hovedtemaer på baggrund af forhåndsviden og at definere afhandlingens forskningsspørgsmål. Anden etape har været dels at indkredse, hvad vi allerede ved om forholdet mellem det globale og det lokale og om unge og unges mediebrug, dels at designe og gennemføre den empiriske undersøgelse. Efter at have indkredset og afgrænset de centrale temaer, som eksisterende teorier og undersøgelser peger på (jf. kapitel 2), har tredje etape været at gennemgå det empiriske materiale (interviews, tegninger, spørgeskemaundersøgelse) i lyset af afhandlingens overordnede temaer og de indkredsede centrale begreber med henblik på at identificere ligheder og forskelle mellem de teoretisk og empirisk udledte begreber og eventuelt identificere nye undertemaer og problemstillinger. Fjerde etape har dernæst været at analysere det empiriske materiale i lyset af ovennævnte.

Ud fra denne proces er begrebet *identitet* blevet identificeret som overordnet analyseemne. Begrebet identitet forstås som en kompleks relation mellem betydningerne selvidentitet/psykologisk identitet, social identitet og som kulturel identitet (jf. afhandlingen afsnit 2.2, s.61-70). Et yderligere resultat af den filtreringsproces, som første gennemgang og systematisering af det empiriske datamateriale har været, er, at det vil være nyttigt at fokusere

⁸⁰ Dette indledende afsnit, frem til "5.1. Fakta – viden om...", hører rent praktisk hjemme i "Kapitel 2. Metodologi og anvendte metoder" i forlængelse af diskussionen af analysemetoder. Af hensyn til overskueligheden og forståelsen for betydningen i begge analysekapitlerne 5 og 6, har jeg dog valgt at placere denne uddybning af bearbejdningen og anvendelsen af det empiriske materiale på dette sted som indledning til de to analysekapitler.

på tre begreber/emner i selve analysearbejdet, nemlig betydningen af fællesskaber, genkendelse og sprog.

Figurativt kan den måde, hvorpå de centrale analyseemner er fremkommet, fremstilles som i figur 22 herunder:



Figur 22. Forholdet mellem afhandlingens temaer, teoretiske begreber og empiriske data.

De tre elementer i analysen relateres til hinanden i forhold til forskningsprocessen (se kapitel 3, s.93-94). Afhandlingens overordnede temaer er bestemt af forhåndsviden og er udgangspunktet for de forskningsspørgsmål, der stilles op i indledningen. Ud fra forhåndsviden og forskningsspørgsmål er de teoretiske begreber blevet udvalgt og behandlet, og den empiriske undersøgelse er designet og gennemført. Den teoretiske del har genereret en række centrale begreber. Første gennemgang af det empiriske materiale er foretaget i lyset af afhandlingens overordnede temaer og de teoretiske begreber. På baggrund heraf er de empiriske data blevet filtreret og en række analyseemner er valgt. Dernæst er den egentlige analyse foretaget.

Det analytiske emne *identitet* går igen i de enkelte afsnit i både kapitel 5 og 6 som underliggende præmis og, når det er oplagt, som eksplicit analytisk begreb. Derfor er identitet fremhævet i figur 22. De tre analytiske emner *fællesskaber*, *genkendelse*, *sprog* er gennemgående eksplicitte i begge kapitler, mens andre emner alene inddrages i et enkelt afsnit, hvor de er særligt interessante (for eksempel betydningen af forholdet mellem drøm og virkelighed i afsnittene om film og tv-serier, interaktivitet i afsnittet om computerspil og interaktion i afsnittene om telefonbrug og om computermedieret kommunikation, betydning af nyhedsudsendelsers billeder fra verden i forhold til oplevelse af Danmark som trygt og verden som risikofyldt, mediernes betydning for oplevelse af lokale og globale sprog som identitetsmarkør og så videre).

Det empiriske materiale, der ligger til grund for analyserne i kapitel 5 og 6, er meget stort, jævnfør kapitel 3 og bilag 2. Hovedvægten lægges på de kvalitative interviews samt et udvalg af tegninger, men analyserne refererer også tilbage til det kvantitativt baserede overblik i kapitel 4. 64 tegninger og 16 gruppeinterviews med i alt 64 deltagere gør det muligt at

foretage en vis form for kvantificering af materialet (Schrøder 2004). Tegningerne er kodet ind i et skema efter de temaer, de dækker i forhold til kategorierne 'overordnet', 'situation', 'sted', 'tema', 'medietyper' og 'personer' (bilag 1). De 16 gruppeinterviews (mellem 30 og 55 sider) er først blevet skrevet sammen til stikordsreferater på 1-3 sider omfattende alle centrale temaer, titler og holdninger og med koder for deltagere og sideangivelse. Dernæst er diverse temaer, herunder medieadgang, -oplevelser og -holdninger, i interviewene blevet kodet ind i et meget stort skema, en *grid*, hvor deltagergrupperne er placeret efter alder, køn og lokalitet, og hvor centrale erfaringer og holdninger (eksempel: ses tv-avis, nævnes sprog i forbindelse med film, foretrækkes dansk eller amerikansk musik, nævnes eksempler på ikke-amerikanske eller danske film og serier). Dernæst har jeg markeret, når en deltager forholder sig til emnet.

I analysearbejdet har det dernæst været muligt at vende tilbage til de relevante steder i de oprindelige interviews, samtidig med at overblikket over grupper og enkeltpersoners erfaringer og holdninger bevares. Oversigten har været et meget nyttigt arbejdsredskab, og har ligeledes leveret et overblik over diversitet og homogenitet i forhold til deltagernes grupperinger efter alder, køn og lokalitet. I mange tilfælde er der ikke tydelige forskelle (hvilket også er et træk), mens der i enkelte tilfælde tegner der sig et billede, som jeg så nævner i det relevante afsnit. Man kan sige, at materialet består af 16 cases i form af interviewgrupperne, og 64 cases i form af de individuelle deltagere, som hver har deres særlige kontekst. Det vil sige, at oversigten leverer et meget stort antal eksempler på historier om unges mediebrug og holdninger i lyset af spørgsmålet om lokalisering og globalisering.

Disse historier, det vil sige undersøgelsesdeltagernes udsagn om mediebrug og holdninger, både understøtter og modsiger hinanden, nogle gange fra samme deltager og meget ofte i samme gruppe. Dette afspejler både undersøgelsesdeltagernes diskussionslyst og selve interview-processen, hvor man i begge tilfælde reflekterer og flytter sig undervejs. Samlet set repræsenterer materialet umådeligt mange erfaringer, som kun selektivt kan tages med som eksempler. Jeg har især været meget bevidst om at få alsidigheden til at træde frem som en del af det store billede.

I analysen tages der ikke stilling til graden af faktisk korrekthed eller fejl i deltagernes udsagn i interviewene – for eksempel om en films oprindelse, handling eller skuespillere – med mindre det er specielt interessant eller relevant. I en del situationer generaliserer deltagerne ganske uhæmmet og med stor overbevisning, enten baseret på egne erfaringer eller på 'noget man har hørt' og måske med referencer hertil, men ikke nødvendigvis med faktisk belæg. En deltager siger for eksempel, at amerikanske film handler om store emner, mens danske film om små emner. Vil dette holde stik ud fra en definition af, hvad store og små emner er og ud fra en optælling? Svaret er ikke det centrale, i modsætning til den pointe, der ligger i deltagerens observation. Det er kombinationen af erfaring, oplevelse og holdning, der er interessant i afhandlingens kontekst.

Herunder beskrives kort, hvorledes de tre analytiske begreber, der går igen i de analysekapitler, forstås.

Definition af analyseemner

Som vi så i afhandlingens afsnit II.3 (s.70), kan **betydningen af fællesskaber** forstås som sæt af sociale relationer, der afgrænses af fælles mål og projekter. Muligheden for at kunne forholde sig til sig selv og andre i forskellige fællesskabsrelationer er helt central i den alder, som undersøgelsesdeltagerne har. Men fællesskaber opstår selvfølgelig ikke ud af den blå luft: de skal etableres, udvikles og vedligeholdes, og her spiller medierne en væsentlig rolle. Dels gør de det lettere at interagere på tværs af tid og rum og dermed etablere de relationer, der er udgangspunkt for dannelsen af fællesskaber; dels leverer medierne stof til fælles oplevelser; refleksioner; dels giver medieret information en mængde input til såvel det kollektive som individuelle identitetsarbejde og til processen med at distingvere mellem dem, man identificerer sig med – såvel lokalt som globalt – og dem, man adskiller sig fra.

Rent praktisk kan medierne være ramme om og udgangspunkt for en form for rituelle handlinger og situationer, der forstærker fællesskabet: tv-sening af f.eks. serier eller på bestemte tidspunkter, video-nætter, biograf-ture, computerspil, chat osv. Disse fænomener som sociale aktiviteter er alle sammen markører af fællesskabernes sociale rammer.

Indholdsmæssigt leverer medier fortsat stof til fælles referencerammer i form af foretrukne genrer, produkter, idoler osv. De fælles præferencer styrker sociale fællesskaber, og de kan enten være bærende i fællesskabet (som de, man kun møder gennem computerspil, fodbold, musik eller lignende) eller en del af et bredere funderet fællesskab, som venindegrupper. I dette sidste tilfælde kan divergerende præferencer på et område sjovt nok være med til at styrke et fællesskab, fordi en gennemgående holdning er, at man skal have sin egen mening og "være sig selv". Et socialt fællesskab vil dog ikke kunne holde til konsekvent divergerende præferencer og holdninger.

Medier og medieindhold er altså centrale leverandører af stof, der kan binde fællesskaber sammen i den lokale kontekst. Men også i forhold til de "store fællesskaber", som for eksempel i en befolkningsgruppe ("vi unge", "vi fra Nørrebro", "vi indvandrere") eller som national befolkning ("vi danskere") fungerer medierne som leverandører af input til såvel afgrænsning af fællesskaber, det vil sige især de kulturelle fællesskaber, der bidrager til orienteringen i verden – såvel i form af en afgrænsning til andre kulturelle fællesskaber som i form af en åbning mod nye input. Undersøgelsesdeltagerne spejler således til stadighed deres eksisterende kendskab til verden og deres egne erfaringer lokalt med de billeder af verden, og de forklaringsrammer, de møder i medierne.

På baggrund af afhandlingens empiriske undersøgelse, kan undersøgelsesdeltagernes opfattelse af betydningen af fællesskaber i forbindelse med mediebrug afgrænses i nedenstående emner:

- Betydningen af fælles indholdsmæssige oplevelser
- Sociale netværk – etablering og opretholdelse
- Leg med identitet – afprøvning i forhold til andre
- Kobling af samvær offline med medierede oplevelser
- Betydningen af fælles kulturelle referencerammer
- Betydningen af forestillede nationale fællesskaber
- Betydningen af forestillede lokale fællesskaber

Betydningen af genkendelse anvendes i analysens kontekst i tre betydninger: genkendelse af produkter, genkendelse af genrer og koncepter, genkendelse af repræsentationer. De to første former ses i forhold til undersøgelsesdeltagernes refleksioner over medieprodukter og – oplevelser og i forhold til informationsteknologiernes betydning. Genkendelse optræder imidlertid også i mere abstrakte kontekster i forhold til kulturel identifikation, for eksempel gennem genkendelse af repræsentationer og kulturelle koder.

Betydningen af genkendelse er interessant på et meta-niveau på baggrund af undersøgelsesdeltagernes bevægelse mellem udblik mod nye oplevelser og nye udfordringer derude i verden på den ene side og behovet for tryk og identitet på den anden side.

Teoretisk set betyder begrebet genkendelse (re-cognition på engelsk), at noget mødes som velkendt, familiært, noget man er stødt på før, og at det, man genkender – uanset om det er ord, ting, begreber, mennesker og så videre - mødes med en grad af forståelse. Genkendelsesmønstrene udløser også en selvbevidsthed, som gør det muligt for os at forholde os til vores omverden⁸¹.

I en marxistisk tradition optræder begrebet genkendelse især i forhold til spørgsmålet om fremmedgørelse⁸², når vi ikke kan forholde os til de systemer og vilkår, som vi lever under, og vi ikke kan se den direkte sammenhæng mellem det, vi gør, og det vores aktiviteter, medfører. Denne tankegang har inspireret en del modernitetsteori omkring vores forståelse af verden og vores egen rolle og identitet i det moderne samfund (jf. kap. 2).

I forhold til afhandlingens analyser vil jeg bruge begge disse forståelser, men i forhold til forståelsen af, hvad de unge bruger genkendelse til i forhold til deres refleksioner omkring verden og den måde, de bruger medier til at forholde sig til verden på. Der er dels tale om en form for kamp for "overlevelse" i forhold til identitet (især kulturel identitet), som skal bruges for at kunne overskue den store verden og handle derefter. Der er også tale om brug af genkendelse som social og kulturel strategi for at kunne forholde til andre mennesker, såvel lokalt som globalt.

⁸¹ Genkendelse er et stort område indenfor psykologien, men det vil føre for vidt at afdække forskellige tilgange til begrebet her. Jeg refererer i forhold til genkendelsesmønstre til Robert J. Sternberg (1999) (ed.) *A Handbook of Creativity*, Cambridge: Cambridge University Press.

⁸² Jf. G.W.F. Hegel og Karl Marx

På baggrund af afhandlingens empiriske undersøgelse, kan undersøgelsesdeltagernes brug af genkendelse i relation til mediebrug og medieindhold afgrænses i nedenstående emner:

- Genrer og koncepter
- Betydningen af tematisk genkendelse
- Intertekstuelle referencer
- Humor
- Personer
- Betydningen af lokal/stedsrelateret genkendelse
- Genkendelse af lokale og globale markører
- Genkendelse af sociale og kulturelle markører

Betydningen af sprog indgår i adskillige sammenhænge i kapitel 5 og 6 og må analyseres på forskellige niveauer: I afhandlingens kontekst bruges begrebet 'sprog' for det første om sprog som praktisk redskab for kommunikation og interaktion, for det andet om sprogets symbolske betydning som repræsentation for tilhørsforhold og national og kulturel identitet, og for det tredje om sproget som kvalitetsmarkør i forhold til bedømmelsen af medieprodukter. I dette kapitel af afhandlingen analyseres betydningen af sprog primært som praktisk redskab og kvalitetsmarkør, mens den sociale og kulturelle betydning af sprog i forhold til identitet behandles særskilt i kapitel 6.

Udover film er der jo, som vi så, mange muligheder for at støde på medierede udgaver af sprog. Daniel fra 9. klasse (Tinglev) påpeger, at "internettet er jo mest på engelsk". Og da de fik deres første parabol i hans hjem, kunne de kun modtage amerikanske programmer, og så stod han og hans søster op kl. fem om morgenen for at se amerikanske tegnefilm. Men samtidig siger han, at han har lært tysk på samme måde, ved at se tv. 15-årige Lars-Peter fra Tinglev har til gengæld lært engelsk ved at læse bøger på engelsk, hvilket er noget mindre almindeligt blandt deltagerne, blandt andet fordi de mest populære bøger som oftest oversættes til dansk. Når man læser på engelsk, vil det derfor ofte være et bevidst valg eller skyldes forkærlighed for forfattere, der ikke er oversat.

Undersøgelsesdeltagernes holdning til sprog påvirkes af mediebrugen på flere leder. For det første forbindes nationale medier med nationale sprog. Altså, danske nyheder og danske film er på dansk, franske på fransk og engelsk/amerikanske på engelsk. Undersøgelsesdeltagerne angiver, at der kan knyttes forskellige kvaliteter til de sprog, man møder, især engelsk og dansk. I modsætning til i mange andre lande dubbles udenlandske programmer sendt i Danmark ikke⁸³, men tekstes, og derfor møder unge danskere i vidt om-

⁸³ Bortset fra børneprogrammer og enkelte serier på kommercielle kanaler, der sender i Danmark.

fang forskellige talte sprog og knytter det til deres allerede eksisterende erfaringer med sprog samt til oplevelsen af de medier, de benytter.

Som vi så i kapitel 4, er langt størstedelen af de medieprodukter, som undersøgelsesdeltagerne foretrækker, produceret udenfor Danmark, især i USA, i nogen grad i England og med eksempler på andre oprindelseslande i Europa eller Asien. Sproget er den første markør af dansk eller ikke-dansk oprindelse, og det er interessant at se, hvorledes mange af undersøgelsesdeltagerne dels betragter engelsk som en kvalitet i sig selv, dels knytter sproget som oprindelsesmarkør sammen med andre kvalitetsmarkører. I forhold til vurderingen af engelsksprogede, danske produktioner, især indenfor musik, eller vurderingen af danske produktioners konceptkopiering, inddrages sproget også som væsentlig faktor.

Sprog betragtes som markør af kultur og tilhørsforhold. Nationalitet defineres i forhold til sprog, men derudover defineres etnicitet, lokalt tilhørsforhold og i nogen grad social og kulturel baggrund i forhold til sprog. Endelig betragtes sprog som redskab kommunikation og dermed for lokal og global interaktion.

På baggrund af afhandlingens empiriske undersøgelse, kan undersøgelsesdeltagernes opfattelse af betydningen af sprog i medierne afgrænses i nedenstående emner:

- Betydningen af sproglige kompetencer: dansk og engelsk og andre sprog
- Sprog som forudsætning for international kommunikation
- Engelsk som kvalitetsmarkør og målestok
- Engelsk som verdenssprog, herunder på internettet
- Danske mediers/medieteksters popularitet på trods af eller på grund af sproget
- Andre internationale produkters kvaliteter på trods af eller på grund af sproget
- Opfattelse af nærhed henholdsvis fremmedhed i forhold til sprogbrug i medierne
- Opfattelse af nærhed henholdsvis fremmedhed i forhold til sprog i dagligdagen

Analysen i kapitel 5 herunder er opdelt i fire afsnit, som handler om medieerfaringer og -holdninger, i forhold til fire områder indenfor de unge deltageres mediebrug: fakta, fiktion, musik og personlig kommunikation. De fire analyseafsnit forholder sig til hinanden på forskellige leder, idet der både er tale om opdeling i forhold til genrer, i forhold til medie- og kommunikationsformer og i forhold til vægt i de unges mediebrug. Således er fakta og fiktion eksempler på metagenrer, mens medieret kommunikation handler om teknologiske muligheder for interaktion og den konkrete udfoldelse og betydning heraf. Musik forstås både som udtryksform, produkt og oplevelse, mens computerspil både er eksempel på fiktion men også på medieret interaktiv underholdning. Kort sagt er de fire hovedafsnit i analysen forskellige i deres udgangspunkt og forløb, og skal som sådan ses som fire centrale områder i unges mediebrug.

Skønt alle fire analytiske hovedområder, fakta, fiktion, musik og kommunikation, har central betydning i forhold til afhandlingens hovedfokus på mediernes betydning for unges forståelse af lokalitet og globalitet, vægtes områderne forskelligt i den empiriske undersøgelse. Dette afspejler den empiriske virkelighed, hvor fiktion for eksempel fylder mere i de unges univers og interesser end fakta i traditionel forstand gør, og hvor computerspil fylder meget i dagligdagen for nogle af deltagerne, men hvor de alligevel har haft mindre at sige om deres spiloplevelser end om for eksempel film.

5.1 Fakta – viden om ...

Medier har en betydelig funktion som adgang til verden, globalt og lokalt, fordi vi gennem medierne får indsigt i både vores egen og andres samfund i form af kulturer og livsformer, politiske vilkår, og til vores fysiske omgivelser og betingelser lokalt og globalt. Man må selvfølgelig skelne mellem informationens status og betydning ud fra dens oprindelse og gennemæssige formidling, i de indtryk vi får fra for eksempel nyheder, debatprogrammer, dokumentarprogrammer, Wikipedia, søgemaskiner osv. Samlet set får vi imidlertid en pulje af informationer, som vi kan forholde os til for at få overblik og indblik.

Udover at være formidlere af billeder af verden har medierne en væsentlig funktion som formidlere af såvel etiske og moralske normer som ideologiske og politiske holdninger. Endelig har medierne betydning som adgang til symbolske udtryksformer og som spejlfunktion i identitetsdannelsen.

Kim Schrøder beskriver mediernes funktion som kollektiv hukommelse og som redskaber til formidling af medierede erfaringer således: "... the ways in which the media select, combine and present events in the real world in verbal and visual form, thus constructing versions of reality which shape the meanings and values that inform our attitudes and behaviors, primarily as citizens and consumers" (Schrøder 2002:98).

Mens Schrøder tager udgangspunkt i mediernes generelle funktion som informationsbase og formidlingskanaler, der er med til at forme vores opfattelse af verden, fokuserer Michael Schudson på nyheders betydning i det moderne samfund⁸⁴ med i sin diskussion af begrebet "shared knowing", altså delt viden som et moderne fænomen. Schudson mener, at moderne nyheder som sådan er kulturprodukter frem for politiske handlinger, og at nyheder er en form for kultur, som han vil kalde "public knowledge". (Schudson 1996: 3).

Klaus Bruhn Jensen bidrager blandt andet med en påmindelse om nyhedsstrømmenes ubalance i forhold til oprindelse - i høj grad fra "the nations and cultures of the northern hemisphere to those in the southern hemisphere" og dermed en ubalance i "the representation of the world to itself and the agenda of international politics". (Jensen 1998: 1). Det

⁸⁴ Specifikt USA.

interessante i afhandlingens kontekst er, at selvom deltagerne i afhandlingens undersøgelse kan få adgang til andre nyhedskilder og andre synsvinkler end dem, de får gennem de tilgængelige og sædvanlige kanaler på tv, radio, i aviser og via internettet, så er mønstret tilsyneladende fortsat en fuldstændigt dominerende præference for vestlige nyhedskilder.

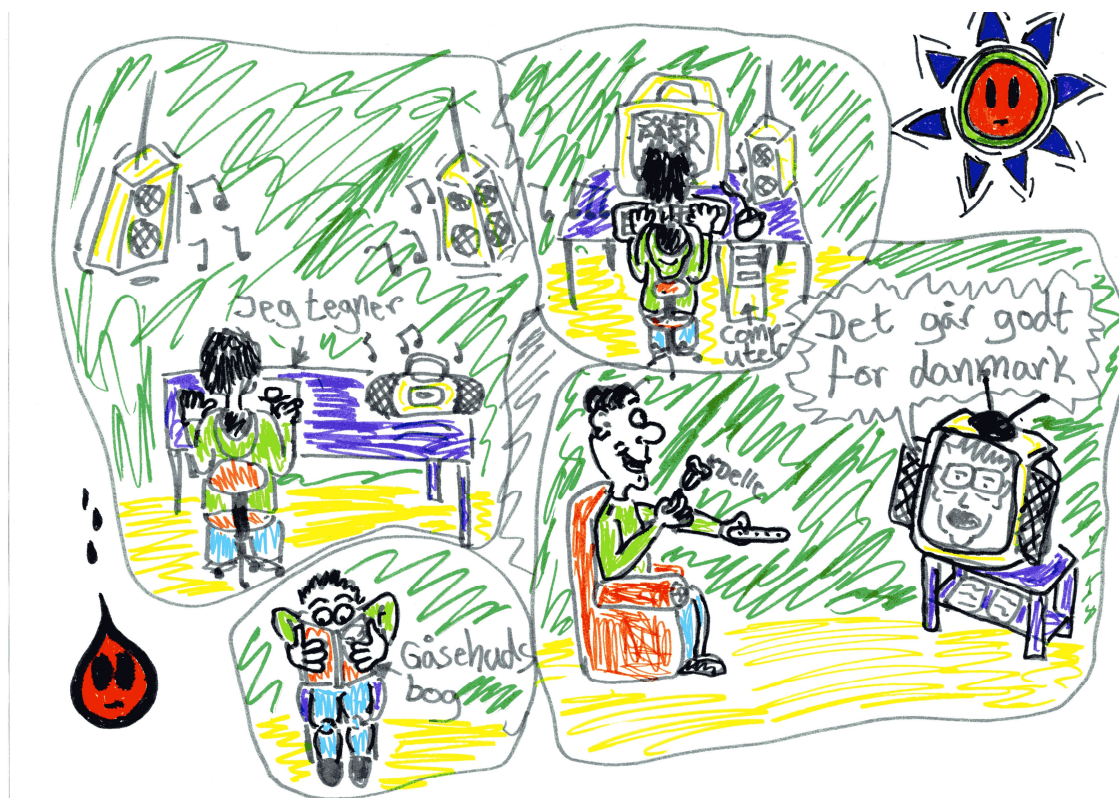
Forholdet mellem fiktion og fakta

Nyheder og anden fakta-information i enhver form er selvfølgelig væsentlige kilder til målrettet information for afhandlingens undersøgelsesdeltagere. Men fiktion og fakta materiale betragtes af undersøgelsens deltagere samlet set som væsentlige kilder til information og udvidelse af videns- og erfaringsuniverser, og baseret på deltagernes udsagn i de kvalitative interviews, er billedet, at fiktion fylder væsentligt mere i informationsbilledet end fakta. Således blandes en mængde faktuelle brudstykker af information om verden med mere sammenhængende fiktive fortællinger, der versionerer de faktiske forhold, vilkår, omgivelser og menneskelige erfaringer.

Det opleves som en god ting, hvis man kan hente lidt af verden hjem i den lokale kontekst, for eksempel i form af ungdomskulturelle produkter (musik, computerspil, film, stil/trends), især hvis det er før de andre. På denne måde kan man sige, at verden importeres, sorteres og omsættes til danske forhold i den ungdomskulturelle kontekst. En stor del af fakta-medieringen i form af nyhedsstof refererer til velkendte vilkår og situationer, såvel lokalt som globalt, som led i en fortsat dokumentation om verdens tilstand på godt og ondt. Genkendelsesgraden er således stor for undersøgelsesdeltagerne i forhold til de fleste punkter på listen over kendelse: tematisk genkendelse (de emner, der behandles), lokal/stedsrelateret genkendelse (hvor finder begivenhederne sted), genrer og koncepter (hvad er det for en type information), intertekstuelle referencer (nyheder er en fortløbende strøm med stadige referencer til andre historier), personer (primært betydningsfulde personer, der er centrale i forhold til forskellige begivenheder, men også andre, der dukker op som repræsentanter for os alle sammen).

Afhandlingens empiriske undersøgelse viser, at det på den ene side ind imellem er vanskeligt for de unge deltagere at skelne mellem fiktionens informationsfunktion og faktaformidlingen – det vil sige, ikke i forhold til at kunne identificere genrer og stil, men i forhold til at kunne beskrive, hvor man får sine erfaringer og holdninger fra – for eksempel hvordan amerikansk kultur udfolder sig. Julie på 15 år (Nørrebro) nævner i en diskussion om vigtigheden af at kende til andre lande, at det land, hun kender bedst næst efter Danmark, er USA "fordi det er der man ser fjernsyn fra og film, så man får et indblik i deres kultur, ik'?" På den anden side ses der også en del eksempler i materialet på, at de unge undersøgelsesdeltagere er klar over, at såvel fiktion som fakta iscenesætter billeder af verden og synspunkter herom i forhold til formålet, og at man som modtager må forholde sig kritisk til det, man møder i medierne. 15årige Karina fra Lyngby skal et år til San Francisco og er begyndt at forberede sig på mødet med amerikansk kultur:

Altså nu skal jeg jo læse ret meget om Californien. Hvordan de lever og sådan noget. Og de siger alle sammen at man må ikke tro at USA er det man ser i fjernsynet, i serier og film og sådan noget. Det er det ikke. Selvfølgelig, det kan måske godt foregå hos de rige familier i Hollywood, men størstedelen af familierne er jo ret meget lige som os. Selvfølgelig så har de nogle andre ting ...



Figur 23, Joachim, 6. klasse

Tegningerne tematiserer både deltagerens forhold til medierne og emner, der generelt optager dem. Tegningen her illustrerer i kalejdoskopisk form, hvordan forskellige medier vælges til forskellige formål (tegningen er ikke repræsentativ for alle i undersøgelsen). Tegneren demonstrerer variation, engagement og interesse for såvel det sjove, det kreative og det informative – med mindre han er ved at zappe væk fra daværende statsminister Nyrup Rasmussens tale Valget af et af Poul Nyrup Rasmussen citat som eksempel på nyhedsmedier er gennemgående blandt informanterne, muligvis fordi enkelte citater, som for eksempel "Det går godt for Danmark" eller "Kan vi ikke gøre det bare lidt bedre?" bliver til populære talemåder via medierne, også i ungdomskulturen.

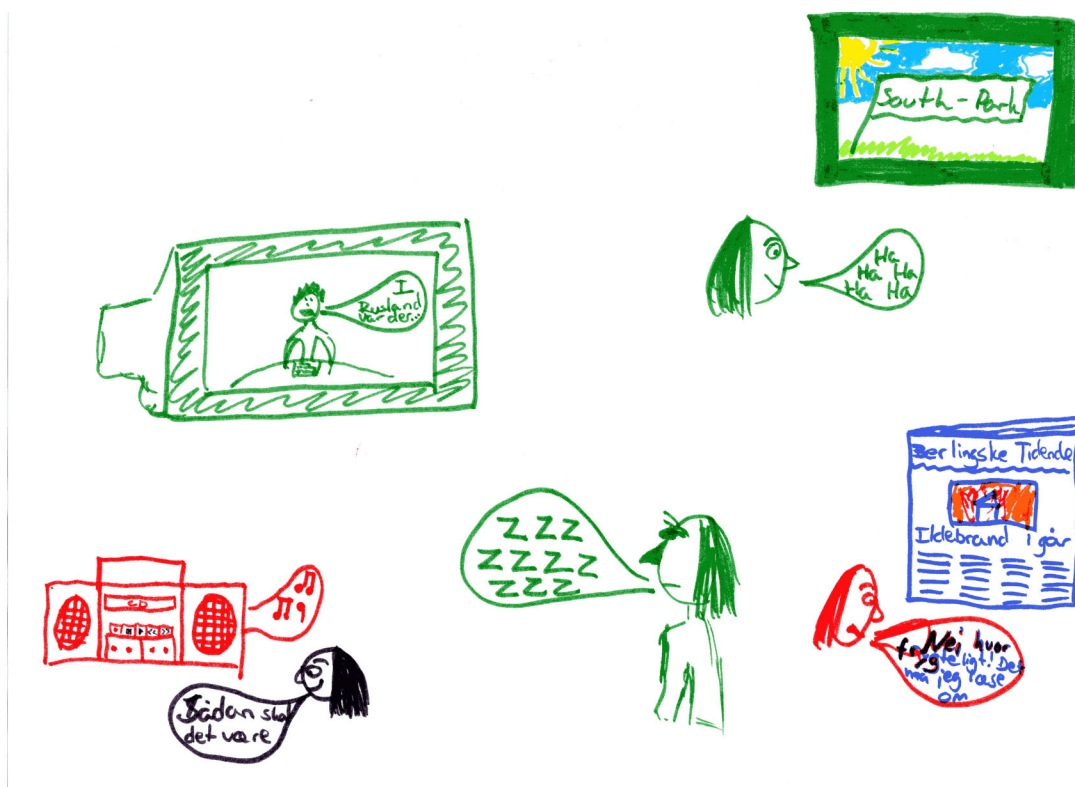
Denne tegning fortæller dels noget om deltagerens opfattelse af sit medieunivers og sine informationskilder, dels er der fokus på det nydelsesfulde i mediebrugen: Musikken, der ledsager tegneriet, oplevelsen af computerspillet South Park, det gode gys ved læsningen af en bog i gåsehudsserien og ikke mindst spisningen af "deller" til tv-seningen.

Lotte fra Kolding mener, at man kan lære noget gennem spillefilm. For eksempel har hun set forskellige australske film, som "går ind på det australske miljø", det vil sige, at man bliver klogere på Australien som land og som kultur.

Et andet eksempel på overvejelser om medierne som formidlere af troværdige billeder af verden kommer fra 15årige Lars-Peter (Tinglev), der svarer således på spørgsmålet om, hvorvidt vi bliver klogere på verden, og om verden bliver klogere på os via medierne: "Ja, det... ja, det tror jeg. Men på den anden side set, så er der også en meget større chance for at de snyder os, manipulerer med os og sådan nogle ting. Det... så jeg ved ikke om det er bedre eller værre, jeg tror...!! "

Når man tager omfanget af medieret information og erfaring i de unges tilværelse og af mediernes indflydelse på kendskab til verden og forskellige levevilkår og kulturer i betragtning, er det interessant, at undersøgelsesdeltagerne i så høj grad lægger vægt på troværdighed og vigtigheden af se verden selv, såvel i det nære som i et globalt perspektiv. For eksempel er der delte meninger blandt pigerne i 9. klasse på Nørrebro, om hvorvidt internettet er en god mulighed til at blive klogere på verden. Monika mener, at eftersom internettet bare viser billeder, og giver adgang til faktuelle oplysninger om et land, så kan disse informationer ikke sidestilles med det selvoplevede: man skal se det med sine egne øjne. Marie og Maja er enige, men Kirstine mener, at hvis man bruger internettet rigtigt "så kan du se rigtig meget. Du kan jo se små film og ...". Kirstine udtrykker forestillingen om, at film er mere troværdige og ikke-manipulerede end ord. Men gennemgående gælder opfattelsen af medierne som gode både informationskilder og som kanaler for misinformation eller manipulation alle medier. Nogle af deltagerne mener, at tv og aviser er værst til at manipulere, som for eksempel Rasmus på 16 år (Kolding), der mener, at medierne bare skal sælge historier, og at det mest troværdige i virkeligheden er den personlige dokumentation: "jeg har set de der private optagelser. Der var en mand nede i det der øh (pause) Kosovo-Albanien (pause). Sådan noget det tror jeg på, fordi det er der ikke nogen der stiller op og laver sådan noget."

Gennemgående er der ellers lidt større tillid til de traditionelle medier som aviser og tv end til internettet, hvor alle og enhver kan lægge ting ud, og hvor det er sværere at gennemskue saglighed og sandhedsværdi. Mange af undersøgelsesdeltagerne er generelt skeptiske overfor mediernes troværdighed, men dog sjældent så basalt som 16årige Ulli (Kolding), der siger: "Altså, vi kan ikke tro på særlig meget af det, vi ser og hører. Vi kan jo heller ikke engang tro på vejrudsigten i dag, så ..."



Figur 24. Karina, 9.klasse

Denne tegning er et ud af mange eksempler på deltagernes opmærksomhed på de forskellige mediers individuelle og samlede betydning som informationskanaler. Historien om præferencer fortælles i utallige variationer – her i tegneserie-form i kombination af illustration og talebobler. Budskabet er klart: politiske nyheder er kedelige, sensationer/katastrofer er spændende, underholdning (South Park) er sjov, og musik er altafgørende ("Sådan skal det være"). Tegneren demonstrerer udover sine præferencer en selvbevidst refleksion over sin egen mediebrug. Bemærk de udtryksfulde ansigtsudtryk – mange af tegnerne kan med få midler vise følelser og stemninger. Det er interessant, at de aviser, der optræder i forskellige tegninger, repræsenterer den avis, tegneren kender hjemmefra, her Berlingske Tidende – som jo ellers ikke er en sensationsavis. Men temaet om det fascinerende ved forsidehistorier, der er slået stort op med billeder og overskrifter, virker alligevel. En detalje er, at det muligvis er en lokal, dansk begivenhed, der er på avisforsiden og som er spændende, og at det er et dansk nyhedsprogram om "I Rusland var der...", som er kedeligt. Begivenheder i det fjerne Rusland er underordnet danske små sensationer på interessebarometret.

Valg af medieplatforme og formater – strategisk eller tilfældigt?

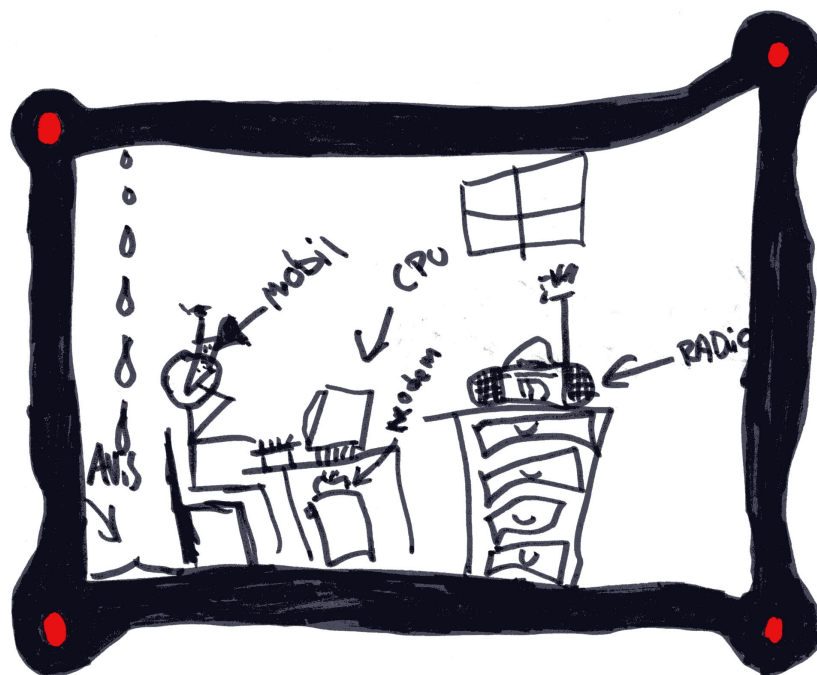
Der er ikke tvivl om, at alle undersøgelsesdeltagerne er klar over mediernes centrale rolle som praktiske kanaler for information, underholdning og kommunikation, og over mediernes indflydelse på erfaringer og holdninger, og at mange er ret gode til at forholde sig til mediernes betydning på flere niveauer, som det vil fremgå i de efterfølgende afsnit. Det er imidlertid også meget tydeligt, at kun ganske få af undersøgelsesdeltagerne har en meget bevidst og grundig strategi omkring brug af nyheds- og andre faktamedier, og at en stor del af den faktuelle viden, de unge har om verden, er genereret på baggrund af et kalejdosko-

pisk og temmelig tilfældigt møde med nyheder og generel information på diverse platforme. Brugen af fakta, underholdnings- og kommunikationsmedier er i meget høj grad lystbetonet, og samtidig er brugen af underholdnings- og især kommunikationsmedier i høj grad strategisk i forhold til behov og funktioner. Tegningerne i figur 23, 24 og 25 er gode eksempler på disse holdninger.

Det er mest karakteristisk, at deltagerne på spørgsmålet om, hvorvidt de ser nyhedsudsendelser, læser aviser eller hører radioavis, svarer, at det gør de "hvis de lige zapper forbi" eller hvis andre ser eller hører nyheder, mens de unge er i rummet, som Jesper B, der bliver tvunget til at se tv-avisen hos sin morfar og mormor "fordi de absolut vil se det." En anden motivation er kedsomhed, der kan få nogle af deltagerne til at blade avisen igennem, eller som Jesper A. på 12 år (Lyngby), der, understøttet af flere andre, siger, at han ser nyheder, "hvis der ikke er andet". Samme tilfældighedsprincip gælder nyhedsportaler på nettet, som for nogle dog ses ofte, fordi der er tale om en valgt startside (som for eksempel Jubii). Nedenstående citat fra interviewet med drengene fra sjette klasse i Lyngby er et fint eksempel på, at deltagerne rent faktisk samler information op og i nogen grad kan omsætte den, men også at deres viden er ret tilfældig og fragmenteret.

- Jakob: Clinton er lige i Indien og Pakistan.*
Int.: Clinton, okay, glimrende. Og hvor har paven været henne?
Jakob: Han har været i, øh, hvor var det ...
Jesper B: I Jerusalem... for at slutte fred der mellem de dér, øh...
Int.: Siger Jesper B og de andre nikker.
Jakob: Ja.
Int.: Sådan nogle ting er jo storpolitik, kan man sige, eller verdensnyheder.
Jakob: Hm, og så dokumentarprogrammer.
Int.: Okay, det kan du også lide. Hvilken type dokumentarprogrammer?
Jakob: Øh, om hvaler og storke
Int.: Hvorfor kan du godt lide at se det?
Jakob: Det ved jeg heller ikke.

Indskuddet fra Jacob omkring hans interesse i dyreprogrammer antyder dels, at han finder dyreprogrammer mere fascinerende end Clinton og paven, dels at han ikke skelner så meget mellem forskellige former for fakta. Andre deltagere blandt især den ældre gruppe er en smule mere vidende om forskellige forhold i verden lokalt og globalt, men de er gennemgående ikke mere seriøst interesserede i nyheder og debat. Sandra på 16 (Lyngby) siger for eksempel, at hun ser nyheder en gang imellem "på TV3. Fordi det er hurtigere. Sådan hvis jeg venter på et eller andet andet (griner)." Hun åbner ikke for fjernsynet for at se nyheder, men har set TV2 Lorry, fordi hendes far ville se det. Men det gør hun ikke længere.



Figur 25, Alex, 9. klasse.

Endnu en kommentar til foretrukne medier: Mobilten ved øret, pc'eren (med modem til Internet) og radioen er i gang alle tre på én gang. Avisen er degraderet til at ligge på gulvet og opsamle våde dryp – det er, hvad Alex kan bruge den til.

I øvrigt er tegningen en humoristisk kommentar til interviewer og interviewsituation: jeg bad deltagerne om at tegne et billede af deres mediebrug – hvilket Alex så gjorde ...

I begge aldersgrupper er der dog enkelte undtagelser fra den gennemgående holdning. For eksempel ser nogle få deltagere helst TV-avis, og enkelte sørger for at holde sig orienteret lokalt gennem de lokale medier, mens et par andre jævnligt slår over på især CNN for at supplere den danske nyhedsdækning. Blandt andet vil David på 13 år (Lyngby) gerne se tv-avisen, fordi det er spændende, for eksempel at få at vide, hvor Clinton er hende pt. Han understreger, at det er spændende, hvad der sker ude i verden, sådan lidt dramatisk ("the melodrama of news" ifølge Klaus Bruhn Jensen 1998: 190). Men disse eksempler er som nævnt undtagelser.

I forhold til selv at opsøge informationer bruges internettet af de fleste langt mere strategisk end de traditionelle informationskanaler som tv, radio og aviser. Jacob på 12 år (Lyngby), der er en af de flittige nyhedstilhængere, bruger for eksempel Internettet, hvis han er gået glip af nyhederne: "det er på DR, der bruger jeg sådan et program, der hedder RealPlayer. Der kan jeg også gå ind på tv-avisen, hvis jeg er gået glip af den." David fra samme klasse

får stort set kun nyheder fra tv-kanalernes hjemmesider (DR1 og TV2), fordi han selv kan bestemme, hvornår han vil se hvad.

Mediernes faktaformidling bidrager på flere måder til oplevelsen af fællesskabsinteresser hos undersøgelsens deltagere, såvel gennem indholdsreferencer på tværs af medier (det er generelt set de samme historier, der fortælles, om end med mediets versionering) og gennem indholdsreferencer i de samme medier (skønt det ikke lader til, at en hel gruppe ser samme program, er der ofte sammenfald mellem fleres præferencer). De historier, der fortælles om verden "derude" og "herhjemme" er med til at underbygge oplevelsen af meta-fællesskaber men bidrager også til forståelsesfællesskaber på mikro-niveau, det vil sige, når nogle stykker er enige om udlægningen af, hvad der sker og betydningen heraf. Et godt eksempel på det er spørgsmålet om indvandrere og integration og mediernes dækning heraf. I kapitel 6 taler nogle af deltagerne for eksempel om, at medierne er med til at tegne et bestemt billede af unge indvandrere som farlige og kriminelle, og forholdet mellem realitet og medievinling diskuteres.

Valg af medieplatforme og indhold - ritualer eller tilfældigheder?

Forældregenerationerne har opbygget en række traditioner omkring hverdagslivets mediebrug. De enkelte medier repræsenterer bestemte former for indhold og autencitet og de passer ind i dagligdagen på forskellige tidspunkter som ritualer, der indrammer situationer i dagligdagen (Gripsrud 2002:24)⁸⁵. For eksempel starter mange voksne med at tænde for radioen på et bestemt program – hvilket mange af undersøgelsens unge finder enormt irriterende. Det samme gælder for brugen af tv. Klaus Bruhn Jensen siger om globale nyhedskulturer, at: "The everyday context helps to explain why people turn to a specific medium at a given point of the day." (1998:184). Det vil sige, at den måde, hvorpå vi indretter vores dagligdag på, er med til at bestemme, hvordan og hvornår vi bruger bestemte medier. Tilsyneladende fravælger de fleste undersøgelsesdeltagere broadcast medier som ritual eller middel til at skabe "order in life" (Gripsrud 2002:24), men samtidig er fjernsyn fortsat et centralt medie for undersøgelsens deltagere, især når der vises bestemte serier, sport eller film. Selvom de unge ikke har overtaget forældrenes (eller mange forældres) ritualer omkring radiolytning, tv-sening og avis- eller ugebladslæsning, så skaber de unge nye ritualer og ny måder at indramme dagligdagen ved hjælp af medierne. Det illustreres blandt andet af tegningerne i figur 1 og 8, hvor PC/Internet, mobil, tv og musik er i fokus. De unges daglige rytme adskiller sig ikke så voldsomt fra forældrenes, men de medier, der bruges til at få orden på dagen, jævnfør citat ovenfor, er en kombination af traditionelle og nye medier og især de sidste bruges på nye måder i dagsrytmen. David fra sjette klasse i Lyngby tænder for eksempel for P3 (på sit tv) om morgenen for at høre musik og nyheder. I løbet af dagen tjekker han så e-mails og nyheder på internettet, når han har adgang og tid til det. Rasmus

⁸⁵ Med reference til Silverstones *Television and Everyday Life* fra 1994. Silverstone nævnes også i Jensen (1998:184)

på 16 (Kolding) ser tv-nyheder om morgenen og læser avis i pauserne på sit arbejde. Diana på 12 år (Lyngby) starter også dagen med nyheder på tv. De, der bruger internettet for at tjekke nettet, *Messenger* og e-mailen, gør det i løbet af dagen, enten hjemme eller på skolen. På det historiske tidspunkt, hvor undersøgelsen blev foretaget, brugte skolerne ikke internettet til opdatering af skema og ændringer/meddelelser, og kun få havde, som det fremgik af kapitel 4, adgang til internettet på værelset og/eller har begrænset brug på grund af datahastighed over telefonnettet eller økonomi. De, der gerne vil have nyheder i løbet af dagen, behøver imidlertid ikke at tænde for tv eller radio på bestemte tidspunkter, men kan gå på nettet, hvor de nu har adgang til det, og når der er tid, og få de samme informationer, hvilket de fleste benytter sig af. For eksempel tjekker 16årige Mounir fra Nørrebro nyheder på nettet, når han har mulighed for det. 12årige Laura fra Lyngby logger på familiens pc/internet, når hun skal tjekke sin mail. De "nye ritualer" følger som nævnt i nogen grad dagsrytmen, men de følger i endnu højere grad dagligdagens situationer. Således fungerer de daglige ritualer som kilder til genkendelse i form af mediefunktioner og medieindholds betydninger i hverdagslivets rytme.

Informationsoverload eller viden, der gør verden mindre?

Et ofte benyttet begreb om det moderne samfunds uendelige medierede informationsstrømme er *informationsoverload*. Begrebet henfører til, at man ikke kan rumme al den information, som i stedet strømmer over og flyder af sted tilfældigt. Antagelsen er, at de fleste mennesker i det moderne samfund slet ikke kan håndtere og forholde sig til de enorme mængder information på alle kanaler – såvel de institutionelle som personlige – og derfor lukker af og opgiver at få overblik og at kunne sortere i informationerne. Men er det det, der sker for de unge, som generelt ikke bruger meget tid på bevidst og strategisk at bruge medierne som informationskanaler⁸⁶? Bliver kompleksiteten af behovet for refleksivitet for stor og beforders den dominerende interesse for 'lette' medier (ugeaviser frem for dagblade, *the Voice* frem for *P1*, *TV3 Nyheder* frem for *Søndagsmagasinet*, *Jubii* startside frem for *Information Online*)? Eller er der tale om mediestrategier, der snarere hører alderen end den historiske tidsalder til? Afhandlingens undersøgelse blev, som nævnt i indledningen, foretaget på det historiske tidspunkt, hvor de digitale medier for alvor begyndte at slå igennem og blive integreret i samfundet generelt og hos den enkelte, og det vil sige, at deltagerne er de første, der er vokset op med eller har fået de digitale kanaler i en ung alder i tilgift til et konstant udbud af traditionelle medier. Men spørgsmålet er, om de mange informationer på de mange skiftende og samvirkende kanaler er det, der får de unge til at foretrække andre former for medieret indhold? Ud fra undersøgelsens interviews ser det ud til, at antallet af kanaler og mængden af informationer kun indeholder en lille del af forklaringen. Interviewdeltagerne nævner ikke, at de ikke kan overskue medieudbuddet, men sna-

⁸⁶ Dog undtaget brug af internettet til informationssøgning i forbindelse med skolearbejde. Men i de situationer er der tale om selektive emner og problemstillinger, ikke en bred præsentation af "verdens tilstand" globalt og lokalt.

rere, at de løbende vælger de platforme og det indhold, der passer bedst til behovet i situationen.

Snarere end at pege på informationsmængden som årsag til, at interessen for nyheder og fakta er begrænset, viser interviewene, at det først og fremmest generelt er svært at forholde sig til omverdenen, også selvom man gerne vil. De fleste i undersøgelsen har nok at gøre med at overskue deres daglige tilværelse og deres egen personlige udvikling socialt og identitetsmæssigt, og her forekommer de lokale omstændigheder umiddelbart at have størst betydning for den enkelte. Objektivt set ved deltagerne godt – dels fra de sporadiske besøg i nyhedsjunglen, dels fra skoleundervisningen – at globale begivenheder har betyd-



Figur 26. Susie 9. klasse.

Susie fortæller både noget om mediebrugen i hjemmet – det store tv, centralt placeret midt i billedet, som datteren sidder med fjernbetjeningen til, computeren med Internet og e-mail til højre og den avislæsende far til venstre. På forsiden af avisen siger den daværende statsminister, Poul Nyrup Rasmussen en berømt og ofte citeret sætning: "Kunne vi ikke gøre det lidt bedre?" (fremgår også af andre tegninger i studiet). Den generationsbestemte mediebrug beskrives og kommenteres (far har valgt avisen som informationskilde om politik, datter ser fodbold/tv/underholdning). Internettet og mailen er tilsyneladende vigtige medieformer, selvom den typiske hverdagssituation også er avislæsning og tv-sening. Placeringen af medierne er ikke nødvendigvis gengivet realistisk, som de står i hjemmet. Indplaceringen af computeren med den nøjagtige angivelse af den primære brug, fortæller imidlertid, at nok er tv i centrum, men andre medier er centralt placerede i hverdagslivet. Sportens væsen kommenteres på humoristisk vis via Viagra-banner-reklamen, der angiver fodboldspillet / spillerens behov for at vise potens.

ning for de lokale vilkår og dermed deres egen tilværelse og muligheder. De fleste, der har noget at sige om verden som global entitet, mener også principielt, at man bør vide noget om, hvad der sker udenfor andedammen, og om hvilken indflydelse politiske, økonomiske, kulturelle, naturlige begivenheder kan tænkes at få i den lokale kontekst. 16-årige Rasmus fra Kolding siger for eksempel, at det er vigtigt at følge med i, hvad der sker i verden, som for eksempel krig og bombninger i Irak: "Både fordi der kommer øh flygtninge men også fordi vi skal hjælpe de lande." Det er interessant, at de fleste deltagere relaterer det, de ser og hører om, hvad der foregår i verden, til situationen i Danmark og til deres eget liv. Det er tilsyneladende både væsentligt og lettere for deltagerne at forholde sig til den lokale kontekst. I et andet eksempel siger 13-årige Regitze fra Tinglev, at hun ser nyheder "for og få noget og vide om æ verden". På spørgsmålet om, hvad det kunne være, svarer hun: "Jamen, ved TV-Syd da synes jeg det er spændende hvis der nogen gange kommer noget fra Tinglev. Det er bare sjovt at kigge på. Sådan hvis det er nogen man kender som kommer i fjernsynet." Til et opfølgende spørgsmål om, hvad hun gerne vil vide om, hvad der foregår ude i verden, svarer hun: "Hm, hvis der er noget krig nogen steder, så vil jeg gerne ligesom have lidt at vide om det". Til gengæld har hun overhovedet ikke lyst til at følge med i politikeres snak om EU og Euro i medierne. Det er dog de færreste, på tværs af alder og køn, der er så afvisende over for at følge med via nyheder/fakta-udsendelser som 15-årige Monika fra Nørrebro. Hun siger direkte, at hun ikke gider følge med i, hvad der sker i verden, for "det er da kedeligt". Hun ser kun nyheder eller TV2 Lorry for at se vejrudsigten, som er vigtig for hende, så hun ved, hvad hun skal tage på.

Informationsoverload refererer også til de enorme mængder information, vi får adgang til via især internettet. De fleste deltagere bruger i større eller mindre grad internettet til informationssøgning, og det er de færreste, der som 13-årige Johs fra Tinglev nævner, at de har problemer med at finde ud af, hvordan de kan browse efter information på nettet eller målrettet gå efter bestemte sider eller viden på nettet. De fleste deltagere opererer hjemmefrem med søgemaskiner og kommunikationsfora. 15-årige Lars-Peter fra Tinglev er på den ene side meget fascineret af internettets potentialer og af, hvor hurtigt det er blevet:

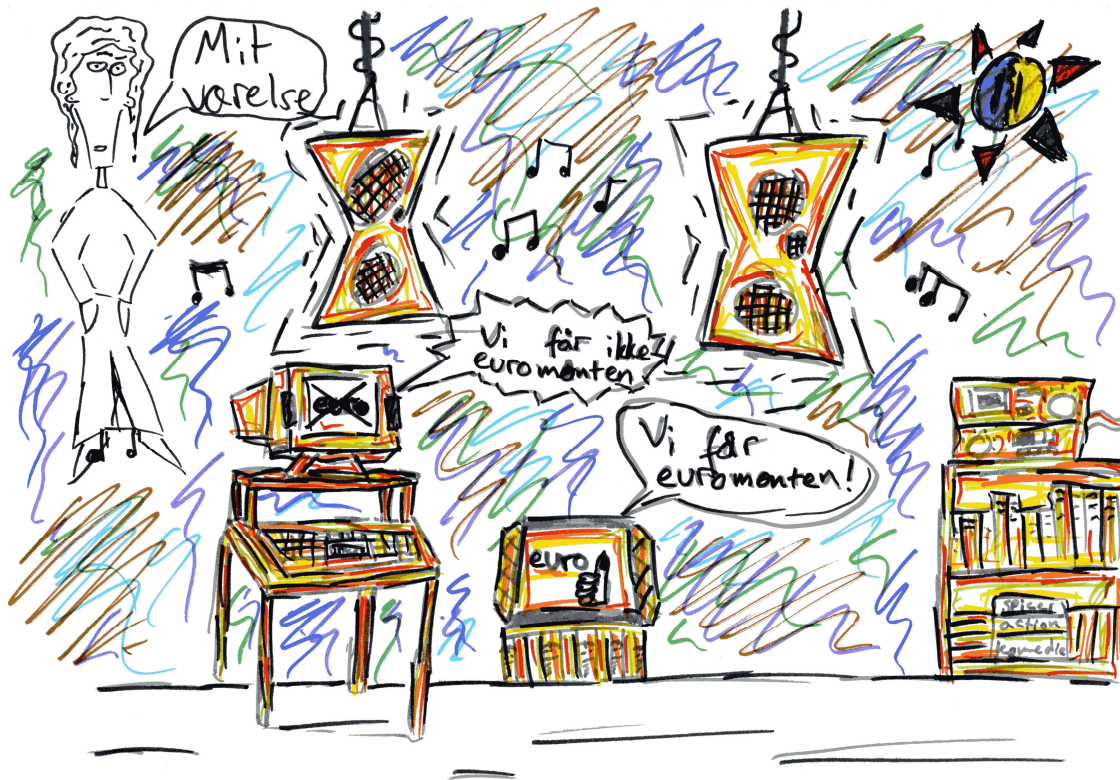
Der er rent faktisk helt op til 1 terrabyte i sekundet dér, og det ville svare til at man hentede Library of Congress, verdens største bibliotek, på 2 timer. Så det er temmelig hurtigt. I dag oppe på skolen har vi hurtig opkobling dér går det stærkt, men derhjemme der gider jeg ikke rigtigt at bruge det så meget, fordi at det går så pokkers langsom, men hvis man får lyslederkabler så... jeg tror jo helt klart at video det forsvinder. Du kan hente din video på et halvt sekund eller mindre, og, øh, jamen jeg tror også telefonen efterhånden, eller selve telefonnettet, det bliver ikke brugt mere, fordi at det går hurtigere og det er nemmere at bruge det andet ...Jeg tror ikke vi [i fremtiden, GS] har harddisk hjemme, jeg tror kun, at vi har en skærm og et tastatur og mus, fordi at vi henter bare det, vi skal bruge, det går så stærkt, der er så meget båndbredde vi tænker ikke over det, vel.

På den anden side set, har Lars-Peter også erfaret, hvilke begrænsninger adgangen til så

store informationsmængder har:

Hvis man for eksempel søger under Vietnam-krigen, så kommer der bare tonsvis af sider ind og det er svært at uddybe søgningen, fordi computeren kan jo ikke tænke selv. Hvis man spørger en bibliotekar, kan man sige "jeg vil gerne have om Vietnam-krigen, men det skal være det og det", og så kan man altid sige nå, ja men så er det nok dén og dén bog, du skal have, det kan en søgerobot jo ikke, den søger jo bare på et ord og så finder den ordet og så finder den alt, der har med ordet, så det er svært at finde en side, som egentlig er god og som har de rigtige oplysninger. Så er det meget bedre at snakke med en person så... der er meget Internettet alligevel ikke kan bruges til.

16årige Ulli fra Tinglev er knap så bekymret. Han siger, at hvis han finder 7400 sider om et emne, så "tager [jeg] de første 10, så gider jeg ikke mere. Der er til 5 minutters fremlæggelse og så går det nok".



Figur 27. Kristoffer, 6. klasse.

Denne tegning er tydeligvis inspireret af et af de emner, der blev diskuteret under interviewet, her deltagerens oplevelse af forholdet mellem at være dansker, europæer og verdensborger. I perioden op til interviewene havde medierne kørt en intensiv dækning af spørgsmålet om, hvorvidt Danmark skulle tilslutte sig en fælles EU-mønt eller ej. Diskussionerne i gruppen viste, at mange af argumenterne for og i mod, blev fremført i gruppen med såvel rationelt som emotionelt ladede begrundelser. Denne tegning viser, at diverse medier opleves som informationskilder om centrale spørgsmål, men også som kilder til nogen forvirring, fordi forskellige argumenter til tider fremføres så massivt, at det er vanskeligt at overskue, hvor man selv står – især, når man netop er begyndt at interessere sig lidt for, hvad der sker på det politiske, samfundsmæssige område.

Trods de fragmenterede og noget tilfældige informationer, som undersøgelsesdeltagerne generelt får fat i om især globale begivenheder, er selve den potentielle mulighed for at få adgang til informationer væsentlig. De unge kan til hver en tid vælge at søge bestemte former for information som enten kanaler eller personer besidder. Det er centralt ikke at være afskåret fra information. Giddens taler om "The pooling of knowledge" som en afgørende faktor, altså at vores fælles adgang til uanede mængder af information, som kan udveksles og kombineres, giver os et helt andet, informeret blik på verden og nye måder at forholde os til den på. Giddens' pointe her understreges i høj grad af internettets betydning som informationskilde og digitale medier som redskaber for dokumentation, informations og udveksling. Informationens omsætnings hastighed er mangedoblet i de år, der ligger mellem Giddens analyse og afhandlingens analyse.

The globalising factor of media was noted by numerous authors during the period of the early growth of mass circulation newspapers. Thus one commentator in 1892 wrote that, as a result of modern newspapers, the inhabitants of a global village have a broader understanding of contemporary events than the prime minister of a hundred years before. ... The point here is not that people are contingently aware of many events, from all over the world, of which previous they would have remained ignorant. It is that the global extension of the institutions of modernity would be impossible were it not for the pooling of knowledge which is represented by the "news".

(Giddens 1990: 77-78)

Fakta og det lokale, det nationale og det globale

Det går igen i interviewene, at det er vigtigt at vide noget om verden, at kende til andre kulturer, dels så man kan tale med om, hvad der sker, dels så man kan kommunikere og derigennem få en bedre og især mere fredelig verden. For eksempel mener 12årige Bjarke fra Tinglev, at det er vigtigt at vide, hvad der sker i verden: "Så har man sin egen indstilling til tingene og ikke sådan som hvis man ikke har fulgt med i noget og alt sådan noget politik og sådan noget.. og så hvis man ikke har fulgt med i noget, så lige pludselig kommer spørgsmålet til én og så er det jo ikke godt at vide, hvad der overhovedet bliver snakket om." Asger på 12 fra Kolding fokuserer mere på den danske kontekst og internationale begivenheders indflydelse i Danmark: "Jeg synes det er meget vigtigt, hvad der sker ude i landet. ... Jamen, hvis nu, øh, der er et eller andet. Den der Euro, Øro, eller hvad den nu hedder. Det synes jeg er kanon åndssvagt og sådan noget." Der blander sig også ret pragmatiske overvejelser i udsagnene om, hvorfor vi skal interessere os for verden, som for eksempel dem 12årige Anna fra Nørrebro udtrykker: "Jo, altså, jeg synes det er vigtigt at vi også følger med i hvad der sker i de andre lande, fordi at der ligesom er ret meget krig lige for tiden, ikk'. Så tror jeg det er vigtigt at vi hjælper dem, fordi den ene dag er det jo dem, den anden dag så er det jo os, ikk'. Så har vi måske en større chance for at få noget hjælp, ikk'."

For drengene i sjette klasse på Nørrebro, der alle har indvandrerbaggrund, er det vigtigt at følge med i, hvad der sker uden for Danmark, men af andre årsager end deres kammerater. Efter flere tilløb til at svare på, hvorfor de interesserer sig for begivenheder udenfor Danmark, siger 12årige Yasir fra Nørrebro til spørgsmålet om, hvorvidt det er vigtigt at vide, om der for eksempel er krig eller oversvømmelser på den anden side af jorden: "Ja, hvis det er et land, du kommer fra, ikk'?" På det opfølgende spørgsmål om, hvorfor det er sådan, svarer han: "Det ved jeg ikke, det gør jeg bare". De andre i gruppen nikker, men ingen kan sætte ord på dette behov for at følge med i, hvad der sker i deres oprindelsesland. I intensiveret form, på grund af afstanden, kan det muligvis paralleliseres med mange af de unge danskeres behov for at følge med i danske, herunder lokale, begivenheder. Der er en identitetsproblematik i gang her, som er særligt udpræget for de unge med indvandrerbaggrund (som første- eller anden generation), der har familie og kulturel baggrund forankret i oprindelseslandet, og som emotionelt og måske også praktisk har brug for at være orienterede.

Der er dog også undtagelser i nogle af grupperne, hvor enkelte deltagere siger, at de ikke ved ret meget om, hvad der sker i verden, og heller ikke er interesserede i det, som vi så før med eksemplet 15årige Monika fra Nørrebro – de samme deltagere er oftest usikre på deres egen fremtid og har ikke lyst til at forholde sig til den globale udvikling. De, der især interesserer sig for, hvad der sker såvel lokalt som globalt, forholder sig også til det, at man som ung er midt i en proces, hvor man 'opdager' verden, bliver bevidst om en verden uden for sin egen lokale kontekst. For eksempel siger Asbjørn, suppleret af Paolo (begge 15 år og fra Lyngby):

- Asbjørn: Jeg tænkte bare sådan på, det er noget jeg har hørt Karin [klasselærer, GS] sige, ikk', jeg kan også godt se nu... ens bevidsthed bliver større mens verden ligesom bliver mindre, ikk', altså.*
- Int.: Nå, når man bliver ældre eller på grund af historiens udvikling?*
- Asbjørn: Ja, eller også på grund af teknologien...*

Lokale interesser – danske eller lokale historier – gerne sensationer – er mest interessante. Også selvom der er enighed om blandt de fleste, at 'det er vigtigt at vide, hvad der sker ude i verden'. Men hvordan forholder f.eks. det politiske niveau sig til forholdet mellem det lokale og det globale? Baumann siger (2003:101), blandt andet med henvisning til Castells (1997), at der typisk sker det, at det politiske niveau fokuserer mere på det nationale niveau og den lokale kontekst, hvor problemstillinger og deres løsninger bliver vedkommende og overskuelige for borgerne, også i de tilfælde, hvor problemerne rent faktisk har en global oprindelse eller betydning.

I undersøgelsen *News of the World* (Jensen 1998) blev det blandt andet undersøgt, hvilken fordeling, der var i de syv deltagende lande på nyhedshistoriernes reference til henholdsvis hjemlandet og udlandet. Danmarks historier fordelte sig med 49% referencer til Danmark

og 51% referencer til udlandet, hvilket adskiller sig betragteligt fra især USA, Israel og Italien, der havde langt højere andel af referencer til hjemlige forhold. Fordelingen mellem danske og udenlandske nyhedshistorier i danske medier understreges i *Dansk Mediehistorie 4* i kapitlet "Globale medier" (Jensen 2003).

Verden gennem mediernes forskellige optikker

Hvilke linser ses verden igennem? Er de primært globale eller lokale? Hvor mange får nyheder gennem de store internationale/amerikanske/engelske kanaler (for eksempel CNN, BBC, the times, 60 Minutes eller fra andre dele af verden)? Og hvor mange foretrækker danske kanaler (DR, TV2, TV3, danske aviser, lokalmedier)?

I spørgeskemaundersøgelsen blev der ikke spurgt til deltagernes præferencer for nyheder og fakta, men emnet blev gennemgående taget op i de kvalitative interview. Interviewene peger på, at de kanaler, undersøgelsesdeltagerne primært får deres nyheder fra, er danske eller danske versioner af internationale kanaler, eller fra nabolande. Disse kvalitative fund underbygges af kvantitative undersøgelser om danskeres præferencer for danske henholdsvis udenlandske nyhedskanaler gengivet i *Dansk mediehistorie 4* (Jensen 2003:38-40). En del af forklaringen på de unges kanalpræferencer er tilgængeligheden, såvel i form af, hvad der er lettest at få adgang til, som i form af sproglig tilgængelighed. Selvom de fleste unge danskere kan forstå og tale engelsk nogenlunde, er det ikke så ligetil at forstå forklaringer om verdens sammenhænge på engelsk. En del af deltagerne i Sønderjylland er så gode til tysk, at de uden videre kan se tyske nyheder, men herudover er der meget få, der kan forstå nyheder og andre fakta-udsendelser på andre sprog end dansk og i nogen grad engelsk.

Undersøgelsesdeltagerne præference for danske nyhedsmedier betyder, at det er de danske mediers optik primært, som de unge ser verden gennem, når det drejer sig om nyhedsformidling, om end en stor del af de informationer, der ligger til grund for formidlingen, kommer fra internationale nyhedsbureauer. Det vil sige, at de unge på den ene side får en dansk bearbejdning af, hvordan verden står lokalt og globalt gennem nyhedsmediernes - med enkelte input fra internationale kanaler - og på den anden side i høj grad møder fiktionens ikke-danske billeder af den samme verden og de menneskelige problemstillinger, vi kommer ud for. De danske nyhedsstationer og journalister har tradition for (og public service stationerne er lovmæssigt forpligtede til) at være redelige og nuancerede og at kunne dokumentere påstande og synsvinkler. Ikke desto mindre formidles nyheder gennem en dansk, kulturelt og ideologisk defineret optik, som i mange henseender bekræfter opfattelsen af "os" og "dem", og som sætter globale begivenheder i perspektiv i forhold til en dansk kontekst.

Klaus Bruhn Jensen nævner, at det er forskelligt, hvordan man opfatter sig selv og sit land i forhold til resten af verden. I undersøgelsen *News of the World* opfatter de israelske re-

spondenter sig for eksempel som centrum i verden, mens de danske respondenter ser sig selv og Danmark i verdens periferi 'our little corner of the world' (Jensen 1998: 165-6). På samme tid eksisterer der en mental og social afstand, som ikke kun er bundet af absolut, geografisk afstand.

Det er selvfølgelig langt fra al nyhedsdækning fra det globale perspektiv, der fokuserer på, at verden er farlig, men tilsyneladende er det i høj grad billeder af krig, naturkatastrofer og ulykker ude i verden, der bundfælder sig hos undersøgelsesdeltagerne. Andre informationskilder, som dokumentarprogrammer (dyreprogrammer er fortsat populære i denne aldersgruppe) og fiktion balancerer disse billeder af verden, men ikke med samme autoritet, eftersom bevidstheden om informationernes forskellige oprindelse er til stede. Skismaet er altså, at medierne bredt set leverer skræmmebilleder af den farlige verden, men også giver et positivt indblik i de positive muligheder, der findes derude. For eksempel er 16årige Rasmus fra Kolding splittet mellem gerne at ville være orienteret og oplevelsen af at blive påvirket negativt af de historier, medierne fortæller: "Somme tider så bliver man lidt bekymret og så tænker man, hvor er vi egentlig talt heldige at vi bor i Danmark, at vi ikke lige har krig nu. Vi var selvfølgelig besat af tyskerne, men det er jo ikke krig, som så mange andre steder. (pause). Man bliver da lidt bekymret." Peter på 15 fra samme klasse minder ham om, at man heldigvis også får historier om positive ting, der sker ude i verden.

Gripsrud kommer ind på dette i *Understanding Media Culture*, hvor han blandt andet peger på, at mediernes bearbejdning og vinkling på voldsomme og dramatiske nyheder fra verden i høj grad kan blive vendt til at blive et spørgsmål om "'those out there' as opposed to 'us back here'" (Gripsrud 2002:27). Det så vi eksemplet ovenfor, hvor Rasmus ser på Danmark som et trygt sted i lyset af den farlige verden, og der er mange andre af den slags eksempler i datamaterialet. Gripsrud påpeger imidlertid videre logikken i, at medierne også bruges som kilder til beroligelse i kombination med de foruroligende indtryk fra verden, sådan som Rasmus' klassekammerat, Peter, forsøgte at ræsonnere. Gripsrud siger, med reference til John Ellis, at tv-programmer er identitetsstærkende terapi, som også tager sig af de bekymringer og usikkerhedselementer, som er skabt af tv selv. Andre genrer end fakta kan fungere en slags behandling, som "'working through' (a term taken from psychoanalysis) these disturbing, often violent, impressions. In anything from chat shows and debates to soap operas and variety entertainment, the problematic phenomena are named, put into words and gradually shaped to fit in to conceptual frames and schemes with which we are already familiar. Thus, little by little, they become less threatening, more manageable." (Gripsrud 2002:27)

Mediernes indbyggede bearbejdningspotentiale er en interessant og sandsynlig teori om mediernes dobbelte betydning. I den aldersgruppe, afhandlingen beskæftiger sig med, spiller den medierede information imidlertid i høj grad sammen med undervisning og diskussioner i skolen, med forældre og med hinanden. Der er i undersøgelsens interviews mange

eksempler, hvor det nævnes – eventuelt i forbifarten, i forbindelse med andre diskussioner – at man har diskuteret et emne i skolen, har snakket med hinanden om det, der bekymrer én, har snakket med forældre om for eksempel nogle af de ting, man ser sammen i tv-avisen eller hører om i radioen. For eksempel forklarer Hanne på 12 år fra Kolding, at der er flere årsager til, at hun mener, at nogle indvandrere i Danmark laver ballade, fordi de føler sig udelukkede fra samfundet og vil have opmærksomhed. Hun bliver spurgt, om hun har hørt om den slags i skolen og dertil svarer hun: "Nej, det har jeg bare set i, øh, tv-avisen ... Ja, og så tænker jeg selv på det nogle gange ... Og så snakker jeg også nogle gange med mor og far om det."

Gripsrud taler om mediebrugere generelt, men hans analyse er væsentlig i forhold til unges syn på verden med mediernes briller og i forhold til deres forsøg på at håndtere de mange informationer fra forskellige kilder. Den terapeutiske funktion lykkes ikke altid, blandt andet fordi de unge føler sig magtesløse og uden indflydelse på begivenheder, fordi de skal forholde sig til mange kilder lokalt og globalt, og de skal forsøge at forholde deres lokale og globale verdensbillede til deres egen situation, egen rolle, og egen identitet. Det er nærliggende at mene, at årsagen til, at alle de unge i afhandlingens undersøgelse oftest foretrækker fiktion frem for fakta, at den fuldstændigt dominerende part af fiktionen er populær og letfordøjelig og amerikansk / engelsk (se afsnittene om film og om serier omkring en diskussion af disse præferencer) frem for nyheder og redegørelser om verdens tilstand. Fiktionen bygger på genkendelse af de gode historier, den pæne indpakning og det måske gysende, spændende, tårevækkende indhold, men under alle omstændigheder *fiktion*. Gripsrud mener, at dette har en væsentlig funktion for at opretholde mediebrugernes "følelse af orden og balance", fordi "the thematization of the disquieting and difficult contributes to some sort of psychological handling of impressions, and thus acts to secure people's feeling of order and balance" (Gripsrud 2002:28). Han mener, at det er i alles interesse at sikre denne følelse af orden og balance. Fiktion er altså ikke bare virkelighedsflugt i Gripsruds forståelse, men virkelighedsbearbejdning. Ifølge denne logik er undersøgelsesdeltagerne godt på vej i forhold til at bearbejde deres forskellige indtryk fra verden, hvilket er i overensstemmelse med deres egne udsagn, som det for eksempel fremgik af afsnittet om forholdet mellem fakta og fiktion.

Som udgangspunkt for en delkonklusion for dette afsnit vil jeg vende tilbage til henholdsvis Helds, Robertsons og Giddens forståelse af globalitet (s.24-26) som en dobbelthed af global forbindelse og bevidstheden om den globale udstrækning. Undersøgelsens deltagere udtrykker denne dobbelthed, uanset graden af interesse i verdens forhold og begivenheder – såvel gennem informationens og kommunikationens potentielle globale udstrækning, der skaber muligheder for "forbundethed", som gennem den faktuelle formidling af indtryk fra andre kulturelle og sociale udtryk vilkår, lokalt og globalt.

5.2. Fiktion

Fiktion i form af film og tv-serier og for nogle computerspil fylder meget i undersøgelsesdeltagernes mediebrug. Formålet med dette afsnit er at få beskrevet de træk ved deltagernes brug af fiktion, som særligt kan bidrage til analysen af oplevelsen af det globale og det lokale, belyst ud fra deltagernes egne erfaringer og holdninger.

Selvom spørgeskemaundersøgelse og interviews ikke har undersøgt omfanget af mediebrug eller fordelingen på for eksempel fakta og fiktion, fremgår det af antallet af svar vedrørende præferencer for film og tv-serier samt af snakken om fiktion i interviewene, at det er her den væsentligste mediebrug ligger. Desuden fremgår det af interviewene, at fiktion ofte vælges intentionelt og i et vist omfang planlægges, mens en stor del af fakta-programmerne i diverse medier enten træffes tilfældigt, når der zappes, eller bruges som følge af den rituelle mediebrug, som vi så i forrige afsnit. Film set i biografen planlægges selvfølgelig, men også film på video og i tv planlægges ofte som social situation med venner eller familie. Computerspil fylder meget i nogle af deltagernes medierpertoire, men fylder betydeligt mindre eller er helt fraværende i andre.

På tværs af fiktionsformerne opfylder fiktion i form af film og tv-serier fire formål for undersøgelsens deltagere: For det første kan fiktionen levere historier, erfaringer, oplevelser og holdninger, der ligger tæt på deres hverdagsliv, det vil sige, at der er en relativt direkte relation til deres egne erfaringer og følelser, og dermed kan de bruge fiktionen til at reflektere over for eksempel typiske problemstillinger og konflikter i tilværelsen, forholdet til andre og sig selv og forholdet til omverdenen. For det andet kan fiktionen forsyne deltagerne med medierede oplevelser, der ligger langt fra deres hverdagsliv, det vil sige utopiske og/eller fantastiske og/eller urealistiske fortællinger, der giver stof til for eksempel drømme om at være eller blive noget andet end det, der virker sandsynligt, eller til forestillinger om andre, romantiske, spændende eller dramatiske verdener, tider og oplevelser. For det tredje giver især film, men også i nogen grad populære tv-serier, anledning til fælles sening, hvor filmene på én gang er uundværlige som igangsættere af fælles oplevelser og forståelser og er sekundære, fordi det sociale fællesskab er det primære formål (Jerslev 1999:182).

Endelig opfylder fiktionen for det fjerde et formål i forhold til konstruktionen af verdensforståelse og selvforståelse, det vil sige, leverer stof til refleksion over samfundsmæssige, kulturelle og menneskelige vilkår og betydninger. Selvom der er tale om kraftige iscenesættelser af begivenheder og relationer med vægt på dramatik, spænding og følelser, indgår fiktionen som fortolkninger af historier, der er genkendelige for deltagerne på et eller andet niveau.

Computerspillene omfatter ligesom film og tv-serier forskellige genrer, men de mest populære blandt de største brugere er action, adventure og sportspil (se bilag 10). Disse spilgenrer giver rum for fantasi og spænding og for oplevelse af engagement og kontrol. Inter-

aktionsgraden, det vil sige, at man aktivt er medskaber af forløbet og historien inden for programmets rammer, betyder, at spilleren kan fordybe sig og leve sig ind i spillet og i spilsituationen. Også computerspillene har en central betydning for det sociale fællesskab i spilsituationen og som udgangspunkt for fælles interesser og oplevelser.

Selvom deltagerne er bevidste om, at fiktionen ikke viser virkelige, levede oplevelser og omgivelser⁸⁷, opfatter de gennemgående fiktion i form af film og tv-serier som et af flere vinduer til verden. Det gælder såvel indtryk af andre steder og kulturer, jævnfør udsagnene fra 15årige Julie og Karina (fra henholdsvis Nørrebro og Lyngby) i det foregående afsnit om forholdet mellem fiktion og fakta (kapitel 5.1., s.146), som fortællinger om menneskelige relationer. Til det sidste siger 12årige Kristoffer fra Kolding for eksempel, at kærlighedsfilm og hverdagsserier – i modsætning til science fiction og action – giver et lille indblik i virkeligheden: "Alle de der hverdagsserier, som altid er der. Jeg tror, de gir sådan mere indblik i menneskeliv end action...".

Deltagernes betragtninger understøttes af Morley og Robins overordnede analyser omkring tv's rolle i "the construct of particular discourses" (Morley og Robins 1995:67), med referencer til John Hartley og Benjamin Anderson. Morley og Robins argumenterer specifikt i forhold til film og tv-fiktionens rolle i etableringen af et grundlag for genkendelse, som er af betydning for vores selvforståelse: "It is a question of recognising the role of the stories we tell ourselves about our past in constructing our identities in the present. Film and television media play a powerful role in the construction of collective memories and identities."

Dette projekts undersøgelse fokuserer især på forholdet mellem global fiktion, hvilket i denne sammenhæng dels vil sige amerikanske produktioner, dels produktioner fra andre lande end USA og Danmark, og lokale produktioner, det vil sige fra Danmark. Interviewdeltagerne fokuserer især på, hvorfor de synes godt om amerikansk og dansk fiktion eller det modsatte og på deres holdninger til film fra andre kulturer. De holdninger, der tilkendes, er interessante indikatorer for at kunne sige noget om, hvad fascinationen af især amerikansk populærkultur baseres på, og om hvordan vurderingen af dansk fiktion er et af flere udtryk for deltageres holdninger til det globale og det lokale.

Dette afsnit omhandler dels fiktion i form af film og tv-serier, dels i form af computerspil. Der er to væsentlige forskelle på de to former for fiktion: interaktionsgraden og udbredelsen. I forhold til film og serier er brugerne aktive i relation til receptionen og meningsdannelsen, mens de i forhold til computerspil desuden er aktive (det vil sige, ikke kun receptions-mæssigt) medskabere af den specifikke version af den fortælling, de oplever. Film og serier er populære oplevelsesformer for alle deltagerne i undersøgelsen, mens færre, især blandt pigerne, spiller computerspil i form af digitale fortællinger. Ikke desto mindre indgår computerspil blandt deltagerne som en del af det repertoire af fiktion og underholdning, som de

⁸⁷ Hvilket også beskrives i Anne Jerslevs undersøgelse af unges videofællesskaber (Jerslev 1999).

kan vælge fra. Det er fælles for de fiktionsformer, som deltagerne foretrækker, at de principielt har en global rækkevidde i kraft af deres tematik, stil og genre, men at de bruges lokalt og omsættes i en lokal kontekst.

Fiktion: film

Listen over populære film er lang, som det ses af bilag 7, og variationen i forhold til genrer og titler er stor. Under interviewene kommer der endnu flere eksempler frem, og de mønstre, der tegner sig for eksempel i forhold til drenges præferencer for action og science fiction og pigernes præferencer for kærlighedsfilm, nuanceres. Mange af deltagerne går i detaljer med at beskrive forskellige films plot, persongalleri og fortælle-mæssige forløb, hvilket er interessant i forhold til at konstatere, at deltagerne i undersøgelsen gennemgående er ret bevidste og vidende om filmenes oprindelse, karakteristika og betydning. Disse informationer bidrager til det overordnede billede af de unges filmsening. Analysen baseres først og fremmest på de oplevelser, erfaringer og holdninger, som deltagerne fremkommer med, ofte relateret til og begrundet i nævnte detaljerede beskrivelser, til diverse film og til overordnede spørgsmål med relevans for afhandlingen. Det gælder især spørgsmål om, hvad man overordnet får ud af at se film samt holdninger til danske, amerikanske og andre films kvaliteter eller mangler.

De forskellige deltagers argumentation omkring, hvorfor bestemte film er gode og andre dårlige, varierer meget. Eftersom langt de fleste interviewdeltagere ser rigtig mange film, kan det også være svært at huske andre film end de nyeste eller de absolutte yndlingsfilm ordentligt. 15årige Julie fra Nørrebro kommer med en interessant betragtning, der siger noget om, hvorfor omfanget og variationen af præferencer, der nævnes i spørgeskemaundersøgelsen samt i interviewene, er så stort: "Jeg synes også tit når, når... ens yndlingsfilm - det kommer også nogle gange an på sådan hvad for nogle film, man lige har set for nylig, fordi dem man sådan har set for nylig det er jo dem, man husker bedst." (Det samme fandt Christa Lykke Christensen i en undersøgelse af en gruppe danske gymnasieelevers filmpræferencer, Christensen: 2000). Hvis Julies betragtning er dækkende for alle deltagerne, er det oplagt, hvorfor diskussionerne under interviewene dels samles om en række ret nye film, som mange har set, dels om et stort udbud af forskellige ældre film, som deltagerne har set, og som de af forskellige årsager kan huske – herunder at de har set bestemte film som *Titanic*⁸⁸ eller *The Matrix*⁸⁹ utallige gange, eller at seningen knytter sig til særlige situationer.

⁸⁸ Historien om Titanics forlis er filmatiseret i mange versioner, men den som undersøgelsesdeltagerne taler om, er den amerikanske romantiske katastrofefilm fra 1997, skrevet og instrueret af James Cameron.

⁸⁹ Amerikansk science fiction action film fra 1999, instrueret af Larry og Andy Wachowski. Første film af tre. Historien beskriver et fremtidssamfund, hvor virkeligheden, som indbyggerne oplever den, i virkeligheden er en simulation, hvor menneskene er pacificerede og deres kroppe bruges som energikilder. Hovedpersonerne gør oprør og bekæmper "the Matrix". Mange af undersøgelsesdeltagerne var fascinerede af filmens univers og fik provokeret en del tanker omkring den måde, vi lever på.

Som vi så ovenfor leverer fiktion på flere niveauer *input til viden og refleksion* hos deltagerne, som selv peger på forskellige måder, hvorpå det sker. Det kan for eksempel være som filosofiske ”meningen med livet og vores virkelighed”-spørgsmål, som øjenåbnende fortællinger om virkelige begivenheder og mennesker, og som perspektivering af historisk begivenheder set fra et personorienteret perspektiv.

The Matrix er en af de film, der nævnes i stort set alle interviews, med forskellige meninger tilknyttet. For eksempel kan Peter og Ulli fra 9. klasse i Kolding godt lide *The Matrix*, mens Marek synes, at den er for indviklet, og Rasmus ikke har set den, fordi han ikke kan lide science fiction. Peter og Ulli er fascinerede af filmens science fiction univers, som Peter synes har en filosofisk vinkel, han godt kan lide: ”Jeg synes altså også den er fed for der er altså det der filosofiske over det, selv om det er en science fiction film. Så det der, hvad nu hvis og ku det ske?” Peter drager i øvrigt paralleller til Scientology og til filosofier om reinkarnation og påpeger, at *L. Ron Hubbard* var science fiction forfatter, før han blev sektleder (Peter har arbejdet med Scientology til en skoleopgave). 12årige Michelle fra Nørrebro mener, at hovedpersonen *Neo* er ”Den Udvalgte”, altså en frelser for fortabte mennesker i en truet og truende verden.

På linje med disse overvejelser, forholder en del af de, der taler om *The Matrix*, sig til hvad filmen siger om den verden, vi lever i. 15årige Jason fra Nørrebro synes, at *The Matrix* er en af de bedste film, han har set, blandt andet fordi den ”ligger så langt væk fra vores hverdag”, men giver ham stof til eftertanke om cyberspace, vores liv med virtuelle verdener og fremtiden. Kicki fra niende klasse i Kolding mener ud fra samme grundlæggende forståelse som Jason derimod, at filmen er et godt billede på vores verden i dag: ”Altså den handler jo om at vi skal bo i en computerverden, og jeg synes, det virker som om det kunne godt lade sig gøre på et eller andet punkt... Det passer til i dag, hvordan vi lever.” Samme overvejelser har 15årige Asbjørn fra Lyngby, men ud fra en mere pragmatisk fysiologisk forklaring om, hvordan vores hjerner fungerer:

Jamen det handler jo om at, øh, ja det er sådan set virkeligheden, det man ser, eller reality, ikk', det er sådan i bund og grund kun, øh, elektriske impulser, der kører til hjernen, ikk', ... lige nu kunne vi faktisk ligge og sove, hvis vi bare havde sådanne elektroder på hovedet, ikk', så det, det handler sådan om at maskinerne så har taget over og så bruger de så menneskene til at danne energi ... og sådan noget.

Film med filosofisk potentiale bidrager med én form for stof til refleksion. Andre film har realistiske temaer og oprindelse i virkelige begivenheder, der får tilskuerne til at tænke videre. For eksempel har *Three Kings*⁹⁰ gjort stort indtryk på Mette og Julie fra niende klasse på Nørrebro:

⁹⁰ Amerikansk film fra 1999 instrueret af David O. Russel, baseret på en historie af John Ridley. Filmen beskrives som en komedie-drama krigsfilm. Skuespillerne George Clooney, Mark Wahlberg, Ice Cube og Spike Jonze forbindes ikke umiddelbart med drama, men snarere med komedie, som pigerne i interviewet påpeger, eller med musik og filmproduktion.

Julie: Den var bare så god, virkelig, virkelig, virkelig god, og det er sådan... Jamen, det var fordi... altså det var sådan en krigsfilm, ikke også, og, men det var så nok også fordi vi gik ind og så forventede vi at vi skulle se sådan en komediefilm, ikke også, og så var det bare sådan en rigtig krigsfilm (Mette ler), hvor alle mulige børn blev skudt og sådan noget, og man sad bare og tudede fra starten til slutningen og sådan noget, og det er sådan... man blev virkelig bevæget af den, sådan rørt... også fordi sådan, så så man sådan hvordan krig var og sådan, så tænkte man Gud, er det virkelig så slemt og sådan noget. Vi troede at den var sjov, fordi vi har set reklamer for den, ikke også, og de der skuespillere som var med i den, det er sådan nogle, man har set i andre komediefilm, eller useriøse film, ikke også. Ja, men det, det virkede også rigtig sjovt, ikke også, men i virkeligheden så var det bare rigtig dramatisk og man sad bare og nærmest og holdt sig for hovedet, ikke også.

Marie: [Om scene i filmen hvor en tankbil med mælk vælter, GS] Det var fordi det var de der flygtninge, det eneste de havde at drikke det var det der mælk, og så falder det bare ud på (ler) sådan en tør jord. ...

Julie: Det var jo også det, fordi han sad fanget inde i sådan en bunker, ikk', og så ringede han til sin kone (Mette ler), fordi der ligger sådan nogle mobiltelefoner, der er blevet stjålet. Og så når man ser det på reklame, så synes man bare det er så komisk, for dér står han midt ude i sådan en krig og så ringer han hjem til sin kone, ikk'. Men så, så når man ser filmen, så er det bare sådan noget hvor han bliver tortureret og får hældt olie ned i munden og stød til hjernen og sådan noget (ler). Og man sidder bare og får det så dårligt, det er virkelig... den går virkelig ind, ind på hjernen. Man kan virkelig føle med dem, også fordi man, man finder også lidt ud af hvad de laver i fritiden, og så... ja, så er der også en af dem, der ser kanongodt ud [Mark Wahlberg jf. interview, GS], så... (ler)

Ovenstående citat er langt, men er kortet meget ned fra interviewet. Det er taget med i dette omfang, fordi det viser, hvordan film med en realistisk forankring, et indbygget budskab og en psykologisk personliggørelse af figurerne kan påvirke deltagerne. Det er ikke det eneste eksempel på dette i undersøgelsen, men det mest velbeskrevne. Endelig er Julie kommentar om at en af skuespillerne ser godt ud, interessant som et forsøg på at distance sig fra den alvor, filmen lægger op til eller som udtryk for de simultane behov for oplevelser, film kan dække.

Bestemte film kan altså sætte historiske begivenheder, såvel aktuelle som fjerne, i perspektiv ved både at fremstille de historiske fakta i en æstetisk og fortælle-mæssig form, der appellerer til de unge, og ved at fremstille de personlige vilkår, oplevelser og følelser, forskellige personer kan have haft i den givne situation. Et eksempel udover *Three Kings* er *Titanic*, som er en af 1990'ernes helt store romantiske filmdramaer. *Titanic* er én af de store favoritfilm blandt mange af undersøgelsesdeltagerne, især pigerne, som lægger vægt på den romantiske historie og de "lidt lækre skuespillere". Men samtidig giver en film som *Titanic* særlige oplevelser og indsigter til nogle af de, der har set den. 15årige Susie fra Kolding har for eksempel fået en stærkere fornemmelse af et historisk drama, ikke bare som noget, man læser om i historiebøgerne, men noget der, i lighed med *Three Kings*, har haft dramatiske følger for mange, rigtigt levende mennesker:

Før der var Titanic også bare sådan et skib der sank. Altså, man kan ikke rigtig sætte sig ind i det før man ser filmen og alle menneskerne og dem der bliver lukket nede og kan ikke komme op og ved at de måske drukner og kysser børnene godnat og sådan noget. Narh, det kan jeg slet ikke tage. Når man sådan ved at det er realistisk eller i hvert tilfælde at det er sket, så øh, så giver det sådan lidt ekstra. Så tuder man altså også bare når der skal tudes altså. Fordi man ved, at det er noget der er sket, i hvert tilfælde meget af det. Måske ikke personer og sådan noget. Men i selve historien. At der er så mange der er druknet.

Deltagernes filmoplevelser kan dog også relatere til egne erfaringer og således give en ekstra dimension til indlevelse og forståelse. For eksempel nævner 12årige Laura fra Lyngby, at hun rigtig godt kan lide *Hestehviskeren*⁹¹. Det kan hun af især to årsager: hun rider selv og genkender meget omkring det at tæmme og passe heste, og hun har set et indslag på *Børne-etteren*⁹² om en hestehvisker, så hun føler i dobbelt forstand en forbindelse mellem filmen som fiktion og virkeligheden.

Filmenes potentialer for påvirkning gennem indlevelse og følelser viser sig som nævnt også, når film leverer input til drømme på forskellig vis. For eksempel udnævner 12årige Anna fra Nørrebro *Pretty Woman*⁹³ til at være en "rigtig klassiker". Den har det hele og giver stof til drømme: "Jeg synes, det er sådan en oplagt historie, ... det er en moderne Askepot på en eller anden måde, altså.... Den er så optimistisk, altså, at se på, ikk'. Man bliver sådan i helt godt humør af at se den.... Det er lidt af en filmoplevelse. ... På en eller anden måde kunne man godt forestille sig den... det er prinsen på den hvide hest i det moderne miljø ..."

Annas holdning deles af pigerne i sjette klasse i Lyngby, hvor for eksempel Maja siger, at "Jae, det er det vel nok, en drøm, at der kommer en eller anden rig én, som er rigtig, rigtig flink og sådan noget", mens Melina siger til interviewerens spørgsmål om, hvorvidt det er en ønskedrøm for piger i deres alder: "Jeg tror godt det kunne ske." Deltagerne i undersøgelsen er gennemgående gode til at beskrive deres forståelse af forholdet mellem fiktion og virkelighed, men her er der et eksempel på, at drømmene transformeres til muligheder.

En af de diskussioner, der kommer til at fylde meget i interviewene, er spørgsmålet om **amerikanske film** henholdsvis **danske film** og deres kvaliteter og mangler. Deltagerne er bevidste om amerikanske medieproduktioners dominans i deres medierpertoire, og mange forsøger at forholde sig til dette. Gennemgående er deltagerne positive overfor amerikanske film, men med enkelte nuanceringer omkring overdrevne, amerikanske virkemidler, som det vil fremgå senere. Holdningerne til danske film er gennemgående negativt kritiske, men med end del eksempler på, at bestemte film eller filmgenrer er gode, *på trods af* at de er danske. Pigerne i 6 klasse i Kolding er for eksempel meget kritiske overfor dansk film:

Hanne: Alle de danske film der bliver lavet, de er så dårlige synes jeg.

⁹¹ Amerikansk film fra 1998, baseret på en roman af Nicholas Evans og instrueret af Robert Redford, som også spiller hovedrollen.

⁹² Bøneprogram på DR1 fra 1994 til 2001.

⁹³ Amerikansk film fra 1990, instrueret af Garry Marshall. Med Richard Gere og Julia Roberts i hovedrollerne blev filmen en kæmpe succes, som altså fortsat blev set/genset af mange i 2000.

Flere: Ja, det er de.

Int.: Hvorfor er de dårlige?

Hanne: De er bare ikke lige så gode, de... de engelske film⁹⁴ er bare... hvis de danske film er gode, så er de engelske film faktisk dobbelt så gode. De laver det bare på sådan en anden måde, en bedre måde, synes jeg.

I praksis deles denne tilsyneladende principielle holdning, uanset genre og de konkrete films kvaliteter af mange deltagere, skønt argumentationen blødes mere op med eksempler i interviewene. Nogle af deltagerne reflekterer imidlertid også lidt dybere over sammenhæng mellem præferencer og holdninger. 15årige Jason fra Nørrebro overvejer for eksempel, hvorfor man skal se danske film, eller måske snarere hvorfor danske film siger ham noget:

Jamen igen synes jeg at det, det er lidt vigtigere at det, man ser det er noget fra ens eget land. Det... man kan sætte sig ind i det. Jeg kan ikke sætte mig ind i en i en politibetjents liv i New Yorks gader, hvor han bliver beskydt fem gange, vel? Så kan jeg bedre lide at se en eller anden betjent nede på en eller anden vej hernede rundt om søerne, ikk', eller hvor der er lidt mere fredeligt. Det kan jeg sætte mig ind i, ikk', det er også lidt af min egen hverdag jo.

Denne holdning deles af 12årige Arne fra Tinglev, som måske nok ser amerikanske film og som synes, at han får meget at vide om, hvordan der er i USA, men han kan ikke direkte genkende så meget fra sin egen del af verden: "Ja, det .. men de fleste film dér, det er jo Hollywood og sådan noget, der er ikke lige så meget om dét [der sker, GS] i Sønderjylland."

15årige Julie fra Nørrebro drejer problemstillingen på en lidt anden måde. Hun mener for eksempel, at danske film handler om små ting, mens amerikanske film har større perspektiver: "de danske film, de handler meget om sådan små ting, synes jeg sådan, eller ikke små ting, men det er tit sådan, så går man ind i nogle personers liv og så ser man lige deres skæbne, ikk', hvor for eksempel den der *Three Kings*, det var sådan krig, hele golfkrigen, ikk', så får man sådan... de er større på en eller anden måde, man får flere ting med sådan...".

Som vi ser i dette citat er det, som undersøgelsesdeltagerne især lægger vægt på, graden af **genkendelse** og **forskelle** på en række områder. På tværs af filmpræferencerne ses en række sammenfald mellem genrer, tematiske størrelser, stilmæssige og æstetiske træk på tværs af produktionernes oprindelse.

Genre-genkendelse er et af de gennemgående parametre for vurdering. Der er mange eksempler i interviewene på populære amerikanske film, der følger de typiske genrekarakteristika og på danske film, der i større eller mindre grad er genkendelige især sammenlignet med amerikanske film. Som det vil fremgå senere i afsnittet er det især tydeligt i sammenligninger af gyser- og splatterfilm, af romantiske komedier, herunder teen-film, og

⁹⁴ Det fremgår af konteksten, at Hanne mener, at engelsksprogede film primært er lig amerikanske film.

af actionfilm. Ind imellem optræder der også eksempler på film, som følger opskriften, men som opfattes som ikke-typiske i kraft af fortællingens lokalitet, skuespillere, sprog osv. Et tydeligt eksempel på dette bidrager pigerne i sjette klasse på Nørrebro med. De har nemlig set filmen *Fools Rush in*⁹⁵ mange gange. Den foregår delvist i Mexico, har Salma Hayek i hovedrollen, og der tales delvist spansk i filmen. Men det er en amerikansk produktion, som har alle elementerne til en romantisk forviklingshistorie med indlagt humor.

Genkendelse kan også antage andre former end genregenkendelse. Et eksempel på en dansk film, der kombinerer flere former for genkendelse, er *Den eneste ene*⁹⁶, som ifølge 12årige Anna på Nørrebro, (som påtager sig at tale for gruppen), er en rigtig god film:

Jeg har set Den eneste ene, og det er jo nok ... lidt en oplevelse! Fordi at den er så sand på en eller anden måde og så synes jeg egentlig det er sådan utrolig flot, hvordan de har filmet den, fordi den er sådan med søerne og rigtig... det er sådan de rigtige steder i København som man kan genkende, man føler sig sådan stolt over at være Københavner (ler). Men føler bare det er så sandt. Jamen, vi kan godt lide den, fordi at den er så... den er taget de rigtige steder, det er ikke noget med at... altså hvis man har boet i København i lang tid, kan man godt se, at, at det er taget de rigtige steder, hvor man jo nok ville være, hvis man nu er Københavner, ikk'. Og så synes jeg det er sådan en sød historie, ikk', og ... den er så elegant på en eller anden måde, det der med at der er humor over en stor ulykke, for det hele er jo en skandale med en god slutning, ikk'. Altså, det der med at alle dør og bliver ulykkelige og alt muligt. ... Det er imponerende alt det der med, at de kan godt... eller Susanne Bier eller hvad hun ellers hedder, hende der instruktøren, hun har puttet så meget humor ind i den, og at den samtidig kan være så sand og realistisk, ...for det kan godt let blive urealistisk, øh, altså når de putter humor i, ikk', så kan det godt virke sådan lidt... så er det kun humoren, det tæller på, men der er også noget handling i udover humoren, ikk'.

Som det fremgår af dette eksempel, kan danske film være populære på grund af deres oprindelse, her på grund af, at man kan genkende København, og fordi den blander realisme og humor på en god måde, der gør den "sand på en eller anden måde". Denne oplevelse af autenticitet som en særlig kvalitet ved film beskrives også af Christa Lykke Christensens informanter. Christensen registrerer en lang række former for autenticitet, som realisme, livagtighed, sandsynlighed og troværdighed, som på flere måder svarer til de forståelser af "genkendelse", jeg benytter (Christensen 2000:54). I min undersøgelse synes 15årige Karina fra Lyngby for eksempel, at der er både er noget udpræget dansk over *Den eneste ene*, som ikke kan oversættes, hverken sprogligt eller filmsprogligt, og noget kvalitativt, der bare gør den til en god film uanset oprindelse:

"Jeg synes bare at det er en sød film, med øh den tjekkede italienske fyr og hans tjekkede kone og så den her kikset ærlige søde fyr og så mødes de og alle personerne der er sådan søde og rare og danske – kanon sjove." Til spørgsmålet om filmen kunne være lavet et

⁹⁵ Amerikansk film fra 1997.

⁹⁶ Dansk film fra 1999. Romantisk komedie, instrueret af Susanne Bier. Solgte knap 850.000 billetter og er dermed mest populære film i nyere tid, stærkt forfulgt af *Italiensk for begyndere* af Lone Scherfig.

andet sted end i Danmark, svarer Louise: "Altså udover selvfølgelig rollerne med hvordan de siger tingene. Det kan man jo ikke oversætte helt med undertekster... Så tror jeg også at det lidt stille og rolige liv han har er mere sådan nordisk, skandinavisk, måske. Og hende som er gift med en italiener, det er sådan lidt mere tjekket. Det kunne sikkert også godt foregå i Frankrig og Italien og i USA og sådan."

En anden vigtig form for genkendelse er genkendelse af filmenes *lokalitet*. Som vi så ovenfor opleves *Den eneste ene* blandt andet som god, fordi den foregår i København, og man kan genkende miljøet. Et andet eksempel tager udgangspunkt i en noget anden genre, nemlig en hybrid mellem action, splatter og komedie. 15årige Lars-Peter fra Tinglev synes nemlig, ligesom mange andre deltagere, at *I Kina spiser de hunde*⁹⁷ er "klart fedest". Han mener måske nok, at den kunne laves i en amerikansk version, og at Hollywood faktisk var interesseret i at lave den på amerikansk, men den danske version har noget specielt for Lars-Peter, fordi den foregår i København:

Tja, men altså han har jo fået 50 millioner et eller andet dollars mener jeg det var af et eller andet ovre fra Hollywood til at... lave den, øh, hvor Christian Slater og Harvey Keitel, øh, indspille den i Danmark og så... klart så kunne de jo lide den ovre i Amerika, så det har et eller andet amerikansk over sig, men alligevel så er det også specielt sejt at den er dansk, altså de render rundt inde i Parken på et tidspunkt, det... det kan man jo ikke... det er ikke fedt, hvis de render rundt ovre i et stort ... baseball stadion ovre i Amerika. Så det gør den specielt fascinerende. ... Fordi vi er danskere altså, og så kan jeg jo se, hvor var det lige de kørte rundt henne, Nyhavn, hvor man også kan se at nåja, men det dér, det er da det man kender og rundt ud ved den lille havfrue og sådan nogle steder, så...

I de tilfælde, hvor skuespil og skuespillere nævnes, er den overvejende holdning, at danske **skuespilleres kvaliteter** ikke er lige så overbevisende som for eksempel amerikanske skuespilleres. Pigerne i sjette klasse i Kolding siger blandt andet til spørgsmålet om, hvad skuespillet betyder:

Rosa: Ja, det synes jeg, at det er de [am. skuespillere, GS] helt klart bedre til.

Int.: Men er det ikke de samme historier, der bliver fortalt mere eller mindre?

Rosa: Jo, det er det, men det er jo ligesom sproget, det gør det bedre, ikke?

Hanne: Og skuespillerne!

Sofia: Hvis de ikke er særlig kendte, så er der nok ikke altid særlig mange der gider og se det.

Jesper A. og Jesper B. i sjette klasse i Lyngby er uenige om danske skuespilleres kvaliteter i forhold til amerikanske. Jesper B. mener bestemt ikke, at danske skuespillere er lige så gode som amerikanske: "Det virker som om at amerikanske skuespillere har mere, hvad skal man sige, styr over tilværelsen, eller ikke over tilværelsen, men hvordan man skal spille... i stedet for danskerne, de tager det bare lige ud, ikke, eller de siger det som det står i replikkerne." Jesper A. er imidlertid ikke enig i dette, eftersom han synes, at for eksempel

⁹⁷ Dansk film fra 1999. Action-gyser-komedie, instrueret af Lasse Spang Olsen.

skuespillerne i *Edderkoppen* var ”kanongode” og ”mindst lige så gode” som amerikanske skuespillere: ”Nå, men det virkede bare rigtig godt på den måde, de talte på og sådan noget med - de holdt sådan nogle pauser, hvis de nu ..., så nogle gange så siger man en fejl og sådan noget. Det var der også dér.”

Mange af undersøgelsesdeltagerne mener, at det er svært at **efterligne produktioner** fra ét land til et andet, selvom genrerne er de samme. Helt gennemgående mener deltagerne, at man ikke kan lave samme slags produktioner i Danmark som i USA. Daniel fra 9. klasse i Tinglev synes for eksempel, at *Wild, Wild West*⁹⁸ med Will Smith er totalt sej, fordi ”det er sådan lidt, øh, urealistisk med at det foregår i vesten, og så er det bare sådan at de har robotter og alt sådan noget.” Nærmere kan han ikke komme argumenter for filmens kvaliteter. Men han er ret sikker på, at en film som den ikke kunne være lavet i Danmark:

Daniel: Nej, det tror jeg ikke, jeg tror ikke det ville være så gode til det, danskerne. Jeg synes ikke de er så gode igen til at lave film, danskerne. Jeg synes de er sådan lidt kedelige...

Int.: Har du set nogle danske film?

Daniel: Ja, nogle få nogen. Øh, Kærlighed ved første hik og Den eneste ene, og så nogle Olsenbanden-film⁹⁹ og sådan noget dér.

Int.: Hvad er der galt med dem?

Daniel: Jeg synes bare de er kedelige, jeg synes bare ikke de er så gode igen.

15årige Peter fra Kolding mener, at der også er eksterne forhold, der har betydning for produktionen af danske film. Han mener således ikke, at man ville kunne indspille rigtig science fiction, for eksempel en film som *The Matrix*, i Danmark: ”Nej, det tror jeg ikke. Fordi dem der har skrevet *Matrix* de har virkelig fået lov til at tænke på deres helt egen måde sådan. Det får man sku ikke lov til i Danmark.” Og 16årige Ulli fra samme gruppe supplerer: ”Det skal nok mere være de der spillefilm som *Kærlighed ved første Hik*¹⁰⁰ og så *Mørkeleg*¹⁰¹ og *Nattevagten*¹⁰², det er en fed dansk film. Det er noget danskerne kan lave. Det er andet, det er ikke mig, det hvor det hele er sådan lidt over dramatisk. Det er vi dårlige til. Det skal nok mere være det der, hvad en normal mand han næsten kan lave der hjemme, ik’osse.”

De mest interessante diskussioner udspiller sig imidlertid i og på tværs af interviewene omkring danske film og deres potentialer som udenlandske (amerikanske) remakes. *Natte-*

⁹⁸ *Wild, Wild West* er en amerikansk filmhybrid mellem science fiction, action og komedie fra 1999, instrueret af Barry Sonnenfeld, og med blandt andre Will Smith, Kevin Kline og Salma Hayek i hovedrollerne.

⁹⁹ Filmserie af danske krimalkomedier, skrevet af Erik Balling og Henrik Bahs, instrueret af Balling. 14 film blev produceret fra 1978 til 1998. Den sidste film kom 17 år efter den forrige som afslutning. Den blev instrueret af Tom Hedegaard og Morgen Arnfred. Filmene er nogle af de mest populære danske film.

¹⁰⁰ Dansk ungdomskomedie fra 1999, baseret på en historie af Dennis Jürgensen, instrueret af Tomas Villum Jensen.

¹⁰¹ Dansk ungdomsgyserfilm fra 1996, baseret på en historie af Dennis Jürgensen, instrueret af Martin Schmidt.

¹⁰² *Nattevagten* er en dansk film fra 1994, skrevet og instrueret af Ole Bornedal. Den amerikanske version kom i 1997, fortsat skrevet og instrueret af Bornedal men med Steven Soderbergh som medforfatter og med amerikanske skuespillere.

vagten går igen i interviewene som objekt for diskussioner om, hvorvidt danske film kunne være lavet i USA og omvendt, fordi den efter at være produceret og vist med stor succes i Danmark blev lavet som amerikansk remake med amerikanske skuespillere og i amerikanske omgivelser, men i begge tilfælde med Ole Bornedal som instruktør og medforfatter. Mange af deltagerne har set den danske version og hørt om den amerikanske, og en del har set begge to og kan sammenligne. Der kommer interessante fælles og divergerende meninger ud af overvejelserne. 15årige Adam fra Nørrebro er en af dem, der mener, at den danske version er bedst, selvom han normalt synes, at amerikanske film, herunder gysere, er bedst:

Til gengæld, da USA lavede Nattevagten amerikansk, The Nightwatch, der blev den jo ekstremt dårlig, altså... Den blev bare, jeg syntes det var nul. ... Den danske version den har det der psykologiske i sig, at man føler at den skræmmer en. Fordi at... det er virkelig klamt, og... de amerikanske film har en tendens til at blive mere splattede. Altså med at de skal bare dø på en voldelig måde, ikk'. Det var sådan lidt voldeligere om noget.

15årige Jeannette fra Lyngby har samme holdning som Adam. Hun går imidlertid mere i detaljer med flere forhold, hun har lagt mærke til. Hun har set den danske først og derefter den amerikanske:

Men jeg synes den danske er bedre. Det synes jeg. Jamen, forskellen det er nok mere, at den amerikanske, jeg ved ikke, de skal altid overdrive... Hvor han i Danmark kommer med øh sådan et lille baseball-bat, der har han straks en ordentlig kule i den amerikanske film (griner), og psykopaten der i den danske, han er sådan meget sådan virkelig psykopatisk, altså sådan stille og rolig og øh. Der i den amerikanske, der ligner han bare sådan et mosefond med sådan et ordentligt firkantet hoved sådan rigtig Einstein et eller andet. Og der er en prostitueret, der medvirker også, der i den danske ligner hun sådan en, ja sådan en lidt billig pige og i den amerikanske, der har hun altså sådan 20 cm hæle på og netstrømper og øh fuldstændig lyserød læbestift, og hendes hår det er sådan fuldstændig ærh, og hun har sådan narko-øjne. Jeg ved ikke, de skal altid overdrive, det, det tager lidt af det der. Det ødelægger lidt det hele, fordi det der gør at man synes at den er uhyggelig, det er nok også det der med at den er sådan meget almindelig altså. Det var noget der godt kunne foregå og sådan. Og så når det bliver så overdrevet, så barrierer man sig lidt og så tænker arh, det kan ikke ske. Den gør det knap så uhyggelig. (pause). Og musikken, for eksempel den underlægningsmusik det var sådan noget bam bam i den amerikanske (alle griner). Man tænker sådan nårh ok, ja, nu sker der et eller andet. I den danske der får du bare sådan nogle chok. Sådan "fugh".

Meningerne er imidlertid ikke helt ens blandt de, der har set begge film. Melina fra sjette klasse i Lyngby synes, at den engelske version af *Nattevagten* var bedre end den danske, i hvert fald delvist: "Altså der var på et tidspunkt, hvor at den danske bedre. .. Altså, fordi jeg synes de engelske film de har lidt mere handling. Det går lidt hurtigere og der sker flere ting. Jeg synes der også er flere gribende scener [i den danske version, GS] og sådan." Pigerne i sjette klasse i Kolding mener ikke, at der er gys og blod nok i den danske version. Hanne på 12 år synes ganske vist, at *Nattevagten* er udmærket: "Men der sker ikke noget

uhyggeligt i den. Jeg synes sådan... det skal være en gyser jo, men man ser jo ikke engang at de bliver dræbt. Man ser én blive dræbt, altså i forhold til, øh, *I Still Know What You Did Last Summer*¹⁰³. Der ser man dem blive dræbt og, øh..." Julia tilføjer: "Sådan en som *Scream*!"¹⁰⁴ Hertil Hanne svarer: "Ja! Hvor man ser dem blive dræbt og få... blive skudt i maven, eller blive hængt op i et eller andet..."

Så nogle af deltagerne lægger vægt på kvaliteter i *Nattevagten* som underspillet gys og psykologisk spil og suspense, mens andre foretrækker mere direkte forståeligt skræk og blod i amerikanske gyser/splatterfilm.

Et tredje synspunkt er, at der ikke er den store forskel på de to versioner af *Nattevagten*, sådan som 15årige Kenneth fra Tinglev mener. Han synes, at genregenkendelsen er høj i den danske version:

Kenneth: Ja, ligesom den dér Nattevagten dér, da... den, ja, den ligner heller ikke en dansk film, vel, fordi at, øh, de har prøvet at lave den efter ovre, ovre i USA dér, og den ligner den rimelig meget. ... Første gang jeg så den, da... jeg kunne først se at den var dansk, da... det er fordi jeg så den på tysk, de havde lavet den om til tysk dér jo... og, øh, så troede jeg først det var en amerikansk film, så så jeg så at det var danske skuespillere og så vidste jeg så det var en dansk film.

Int.: Det er jo faktisk meget interessant. Kunne den være lavet hvor som helst?

Kenneth: Ja... ja, det...

Int.: Kan du se nogen forskel, nu sagde du at den lignede?

Kenneth: Nej, egentlig ikke... det er kun skuespillerne, der er anderledes.

Humor er et genkendelselement, der er helt gennemgående. Dansk humor opfattes som noget særligt, ligesom andre lande har deres former for humor. Blandt undersøgelsesdeltagerne optræder der dog nuancer i opfattelserne af, hvad god dansk humor er. For eksempel finder nogle *Olsen Banden*-filmene sjove, mens andre snarere synes, at humoren er typisk i nye danske film som *Den eneste ene*, *Festen*¹⁰⁵, *I Kina spiser de hunde* og *Kærlighed ved første hik*. En enkelt, 15årige Daniel fra Tinglev, mener, at film som *Op på fars hat* og *Walther og Carlo*¹⁰⁶ er specielt danske og: "De film de er geniale, de er fuldstændig sjove". Han er dog alene med den opfattelse i gruppen, hvor de andre drenge griner af hans begejstring.

Det er ikke alle deltagere, der mener, at nyere danske film er rigtig sjove, og at dansk humor er specielt god. For eksempel mener 15årige Daniel fra Tinglev, at han kan afgøre ud fra første møde med en films humor, om den er dansk. Han siger blandt andet, med udgangspunkt i *Kærlighed ved første hik*, som mange deltagere finder morsom, om hvorvidt man se, at den er dansk: "Ja, det kan man godt. Det synes jeg nu godt man kan. Det er

¹⁰³ Amerikansk splatterfilm fra 1998, instrueret af Danny Cannon. Film nummer to ud af tre.

¹⁰⁴ Amerikansk splatterfilm fra 1996, instrueret af Wes Craven. Første film af tre.

¹⁰⁵ Dansk film fra 1998, instrueret af [Thomas Vinterberg](#) og produceret af [Nimbus Film](#). Det er den første [dogmefilm](#), og den, som flest af de undersøgelsesdeltagere, der har set dogmefilm, kan forholde sig til.

¹⁰⁶ Han nævner dem som to forskellige, men *Walther og Carlo* er første del af titlen på tre film, hvoraf den første er *Op på fars hat*. *Op på fars hat* er en dansk komedie fra 1985, instrueret af Per Holst.

sådan nogle tørre vitser og sådan lidt af hvert. Humoren, den er ikke lige så god igen, sådan en rigtig dansk humor.” Daniel synes, at *Wild, Wild West* er den bedste film, han har set og svarer på spørgsmålet om, hvad det er der gør dem så gode, de amerikanske film at ”Det er deres humor, den er god, humoren, ja, den er kanon.”

Der er delte meninger blandt deltagerne om gamle danske film i relation til humor. Regitze fra sjette klasse i Tinglev synes for eksempel, at film med Dirch Passer er sjove og hyggelige: ”Fordi det er sådan noget gammelt, det er jo fra gamle dage - det kan jeg også godt lide at kigge, øh, forske i, eller hvad man skal sige... ... Hvis det er sådan nogle man lånte af nogen, så ser jeg det nogen gange selv, og så ser jeg også nogen gange med mor eller far, eller nogen fra klassen af.” Her er der igen et eksempel på, at film er anledning til en social oplevelse med venner eller familie. Modsat Regitze gider Jeanet fra samme klasse ikke at se gamle danske film, for eksempel med Dirch Passer, som hun finder plåt. Derimod vil Jeanet gerne se andre film sammen med især veninder og klassekammerater, og hendes og kammeraternes præferencer svarer godt overens med Anne Jerslevs analyser af unge danskeres videoaftener, og de foretrukne films forskellige roller i det sociale fællesskab (Jerslev 1999). 15årige Daniel fra Tinglev kobler de gamle danske films gode humor sammen med genregenkendelse, en portion nostalgi og et indblik i vores lokale historie. Samtidig peger han på medieinstitutionernes medansvar for, hvilke film der vises og ses:

... altså før da viste TV3 hver, øh, søndag eller sådan noget en dansk film, altså de var geniale, altså de er stadigvæk geniale – der er også megen efterspørgsel efter de gamle film lige nu. Det er også derfor at det koster mere at sende en gammel dansk film end det gør at sende måske en, øh, serie med South Park et helt år. Men altså, sådan en gammel Dirch Passer film med, altså med hele holdet, fordi det er gamle film, øh, det er altså vildt sjovt. Jamen, det er hele den danske humor, det er den måde, de er lavet på, altså... de er danske, altså det kan man se med det samme man tænder fjernsynet: det er dansk og man kan så altså se på tingene, hvordan de var dengang.

Som nævnt er en lang række af de film, drengene omtaler under interviewene, actionfilm (herunder karatefilm og lignende). Men hver gang snakken er gået omkring forskellige voldsomme film i de otte drengegrupper, nævnes helt andre genrer som kærlighedsfilm eller danske humoristiske film. For eksempel har drengene i 9. klasse på Nørrebro en længere diskussion om, hvorfor drenge ikke tør indrømme, at de ser kærlighedsfilm, når de nu gør det. Mounir fra klassen siger desuden, at han godt kan lide at se *Olsen Banden* film, fordi de og især skuespillerne er sjove. Det samme siger drengene fra 6. klasse på Nørrebro, og det er interessant, at især disse fire deltagere (der alle har en anden baggrund end dansk) nævner ærkedanske film som gode oplevelser. Det kan skyldes, at *Olsen Banden*-filmenes plot, persongalleri og forløb er ganske ligetil, og at der især spilles på situationskomik og på komik i replikker og mimik. Men samtidig er de udtryk for en meget lokal kultur, som man ikke umiddelbart skulle synes ligger tæt på for eksempel de fem drenges referencerammer.

For nogle af deltagerne er livet for kort til *Morten Korch*¹⁰⁷, som er forældres eller bedste-forældres univers. For eksempel siger 15årige Lasse fra Lyngby, med *Nattevagten* og *Den eneste ene* (i citatet) som halvhjertede undtagelser: "Jeg synes simpelthen at dansk film det er så dårlig kvalitet normalt altså, det er, øh, dårlige skuespillere, det er dårlige billeder og sådan noget, ikk'. Altså *Den eneste ene*, den var da også meget god, ikk', den vil jeg slet ikke sige noget ondt om, vel, den synes jeg faktisk er god, men normalt altså med Morten Korch (sukker) altså for satan mand." Til dette tilføjer Asbjørn fra samme klasse: "Livet er for kort!"

Betydningen af sprog er et gennemgående argument for, hvorfor film fra forskellige lande foretrækkes. Sprog har dels betydning som kommunikation, dels som symbolsk repræsentation af kvalitet. Pigerne i sjette klasse i Kolding, som jf. citatet s.168 generelt er kritiske overfor danske film, mener bestemt, at engelsk er et bedre filmsprog end dansk. Citatet herunder fortsætter, hvor det sluttede ovenfor i afsnittet om amerikanske henholdsvis danske film:

Int.: *Men hvad er det, der er godt ved dem?*

Hanne: *Det er nok action, danskerne de kan ikke bruge... de bruger ikke samme udtryk. Det er mere sådan, de ser jo ikke, øh... ja, de engelske, der er mange engelske ord som man kan sige sådan lettere, hvis at du skal sige det på dansk, så bliver det sådan lidt, så lyder det dumt, så lyder det sådan bondeagtigt. (ler)*

Rosa: *Jeg siger, at, øh... ligesom Hanne hun sagde, de danske film de er dårligere end de engelske film, eller der hvor de snakker engelsk, ikke. Fordi at engelsk, det er jo et flot sprog, ikke, og øh de bruger nogle bedre ...*

Hanne: *Udtryk*

Rosa: *Udtryk, ja, og det lyder meget bedre, ikke.*

Men der dukker også andre argumenter op omkring betydningen af sprog. For eksempel siger 12årige Kristoffer fra Kolding i en diskussion om, hvorfor amerikanske film er populære og ikke de danske: "Jeg tror, at de bliver set mange steder, fordi at USA og England, fordi næsten alle i hele verden kan snakke engelsk, ikke også? Så alle ville kunne forstå den film. ... Hvis nu alle i hele verden lærte dansk i skolen i stedet for engelsk, så ville det nok også blive danske film, der blev set meget, ikke også? Og det er meget engelsk eller amerikansk, der bruges til undervisning rundt om i verden." Kristoffer mener, det samme ville ske, hvis alle begyndte at lære fransk – så ville resten af verden kunne se, hvor gode franske film er. Søren på 13 fra samme klasse, derimod, mener at amerikanerne simpelthen er bedre til at lave film.

¹⁰⁷ Dansk forfatter 1876-1954. Udgav 123 bøger, der gennemgående handlede om livet på landet i "de gode gamle dage" og om kampen mellem det gode og det onde. En del af hans bøger er blevet filmatiseret, og både bøger og film betragtes generelt som de ultimative udtryk for dansk national-romantik. Faktisk fik Morten Korch i 1999 en genoplivning, da Lars von Trier (ganske solidarisk med genren og forfatteren) indspillede fem af Korchs romaner.

Søren foretrækker også film på originalsproget og med undertekster frem for synkronisering. Han købte engang *Space Jam*¹⁰⁸, hvor der både var engelsk og dansk tale, og han syntes, den var bedst på engelsk, fordi ”de der stemmer lød forkert på dansk”. Kristoffer er enig med de andre i gruppen om, at synkronisering af udenlandske film i Danmark vil være en dårlig ide, fordi vi risikerer at sprog generelt bliver dårligere ad den vej:

Øhm, det er bare sådan noget tysk noget. Jeg ved i hvert tilfælde der er mange danskere der er ude efter det der med at tyskerne de oversætter sproget. Jeg tror det ville blive enormt dårligt, fordi, jeg har også hørt noget her for nylig med, at der er mange der oversætter film dårligt af danskerne. De er begyndt at oversætte dem dårligere og dårligere. Så det er vigtigt at man forstår engelsk ordentligt, man lytter efter (pause) en gang imellem. I stedet for kun at sidde og læse undertekster.

En særlig genre, som optræder med eksempler fra både amerikanske og danske film er **Teen-film**, hvor det besværlige liv som teenager beskrives, og hvor alle de problemer og forviklinger, man kan have, er flettet ind, ofte med en stadig vekslen mellem alvor og humor. Her er der en høj genkendelighedsfaktor i forhold til tematik, alvor og humor, men deltagerne deler sig ret tydeligt i de, der kan lide genren, og de, der synes, at de er rædsomme. Enkelte, især blandt drengene, kan dog godt se det humoristiske i filmene, men bryder sig ikke om dem i øvrigt. Især to film dukker op i interviewene: den amerikanske *Ten Things I hate about You*¹⁰⁹ og den danske *Kærlighed ved første hik*. 12årige Michelle fra Nørrebro synes, at *Ten Things I hate about you* er en af de bedste, film hun har set, fordi det er en kærlighedsfilm om unge mennesker, og samtidig er den humoristisk. Interessant nok siger Michelle, at hun genkender filmens temaer: ”Jeg synes... det kommer igen hele tiden i andre film.” Filmens skuespillere¹¹⁰ er på undersøgelsestidspunktet ret ukendte for deltagerne, men i modsætning til andre diskussioner om, hvad der karakteriserer gode amerikanske film (se ovenfor) er dette ikke så vigtigt i denne film, fordi den i øvrigt rammer de rigtige tangenter.

Kærlighed ved første hik udnævnes til at være rigtig sjov og romantisk af pigerne i sjette klasse i Tinglev, en opfattelse der deles af mange af deltagerne, dog især pigerne. For eksempel kan alle fire piger i 9. klasse fra Tinglev lide *Kærlighed ved første hik*, fordi den ”handler om ungdom og så er den sjov”. De mener, at de kan genkende emnerne og det, at hovedpersonen er så dum. Desuden kender de, udover selve filmen, de skuespillere, der deltager, fra andre populære, danske produktioner.

Udover at teen-film er morsomme og genkendelige, omfatter denne gruppe af film bestemte **gyser/splatterfilm**, som *I know what you did last summer* og *Scream*, eller de danske film *Mørkeleg* og *Nattevagten*. Sidstnævnte betragtes af flere deltagere som den bedste

¹⁰⁸ Amerikansk film fra 1996, instrueret af Joe Pytka. Almindelig film blandet med tegnefilm.

¹⁰⁹ Amerikansk romantisk komedie fra 1999, instrueret af Gil Junger. Løs parafrase over Shakespeares *Trold kan tæmmes*.

¹¹⁰ Herunder hovedrollerne, der spilles af Julia Stiles og Heath Ledger.

danske gyserfilm, som det fremgår af foregående afsnit. Jason på 15 (Nørrebro) synes også, at for eksempel *Pusher*¹¹¹ og især *Bleeder*¹¹² er gode, danske splatterfilm:

For eksempel også det der med Bleeder fordi ... nogle af de film man ser ... dem tænker man for lidt over. Det er bare splat, splat, bom, død, ikk'. Hvor så den der Bleeder, hans kone får et barn og det kan han så slet ikke klare eller magte, ikk'. Så tror jeg heller ikke, man tager skade af at se sådan nogle film, hvor man kan tænke lidt over det en gang i mellem.

Ganske vist er de førnævnte typiske teen-splatter-film, film der for alvor skal få seerne til at gyse, men samtidig handler denne type splatterfilm om teenagers og deres mere eller mindre skjulte problemer og ikke særligt hensigtsmæssige måder at reagere på. Realisme blandes med effekter, og begge dele udløser en reaktion, blandt andet hos Jason, hvilket altså er særligt for nogle af de danske film i modsætning til "nogle af de film man ser".

Et af de emner, der gennemgående blev taget op i interviewene, var **Dogme-film**¹¹³, som på tidspunktet for undersøgelsen havde sin storhedstid med solide succeser og megen offentlighed bevågenhed i ind- og udland. Blandt andre 15årige Adam fra Nørrebro synes, at *Festen* er gennemført og overraskende. Alex og Jason fra samme klasse har set *Mifunes sidste sang*¹¹⁴ og synes, at den er "meget god". Pigerne i sjette klasse i Tinglev er derimod ikke imponerede over dogmefilm. Regitze synes decideret filmforsøget nytårsaften med at lave film on location og med fire parallelle og forbundne spor var ulækker, blandt andet fordi der kom nogle rigtige narkomaner med i filmen.

Blandt pigerne fra niende klasse i Kolding kan Susie godt lide populære danske film, som *Den eneste ene*. Men især, siger hun, er hun til dogmefilm, fordi det er utrolig spændende: "*Festen* og *Idioterne*¹¹⁵ og instruktørerne Lars Von Trier og Vinterberg." Anne Sofie har også set *Mifunes Sidste sang*, som hun fandt lidt sjov, men ikke fantastisk: "Fordi den virker sådan lidt som en hjemmevideo (latter)". Susie bryder ind og siger, at hun også så *Riget*¹¹⁶ og fortsætter: "Men jeg synes *Festen* det er én af de bedste danske film. Fordi det er en helt anden problemstilling. Sådan en meget, meget åben film, synes jeg. ... Jamen ved at tale om sådan et problem. Det er ikke lige ..., hvis det var på amerikansk, så ville det lidt blive en B-film tror jeg." Også rent teknisk finder Susie, at *Festen* rammer plet: "Jeg synes

¹¹¹ Dansk film fra 1996, instrueret af Nicolas Winding Refn. Den første af tre.

¹¹² Dansk film fra 1999, skrevet og instrueret af Nicolas Winding Refn.

¹¹³ "Dogme-film" er den populære betegnelse for Dogme95, en slags bevægelse indenfor filmproduktion, grundlagt i 1995 af en række danske instruktører med Lars von Trier i spidsen. I alt er 212 film registreret som Dogme-film, heraf 10 danske. De 10 bud i dogmet skulle sætte fokus på den gode historie og skuespillet frem for alt det ydre og teknikken (*Dansk Mediehistorie* Bind 4). Fire af de film, som undersøgelsesdeltagerne taler om er Dogme-film: *Festen*, *Idioterne*, *Mifunes sidste sang* og *Italiensk for begyndere*.

¹¹⁴ Dansk [dogmefilm](#) fra 1999, instrueret af [Søren Kragh-Jacobsen](#), der også har skrevet manuskript med [Anders Thomas Jensen](#). En lang række meget populære skuespillere medvirkede, og det er en af de mest sete danske film.

¹¹⁵ [Dansk dogmefilm](#) fra 1998, skrevet og instrueret af [Lars von Trier](#) og produceret af [Peter Aalbæk Jensen](#) og [Vibeke Windeløv](#), [Zentropa](#). Filmen handler om en gruppe mennesker, som opfører sig som retarderede for at bearbejde deres indre "idioter". Filmen vakte opsigt internationalt på grund af en sex-scene.

¹¹⁶ Dansk-produceret [tv-serie](#) i otte dele, 1994 og 1997, skrevet af Lars von Trier og Niels Vørsel, og instrueret af Lars von Trier og Morten Arnfred.

på én eller anden måde, at det gør det mere virkeligt. Og mere også det at man skal virkelig koncentrere sig for at se alle de små detaljer, og det er svært at se første gang og så forstå det hele.”

Ingen af deltagerne i undersøgelsen nævner ikke-danske dogme-film, som der faktisk er flest af. Men det er ikke film, som de kender, sandsynligvis fordi det ikke er populære film, der normalt vil komme i biografen og på video og tv i Danmark. Ikke desto mindre diskuterer pigerne i gruppen, om man kunne forestille sig et fænomen som amerikansk dogmefilm, hvilket Susie griner noget af. Men Kira påpeger, at man efter hendes mening ville lægge vægt på nogle andre ting i eventuelle amerikanske dogmefilm. Kicki bidrager med et eksempel på en film, som hun synes kan ses som amerikansk dogme: ”Altså, jeg synes der er lavet *The Blair Witch Project*¹¹⁷, den er sådan lidt dogme-agtig. Den kan jeg ikke forestille mig var lavet på dansk. Den skal nok være amerikansk. Den er også filmet sådan, at den ligner. Det er jo dem der holder, der Det er sådan lidt hjemmevideo-agtig også, så det. Det minder om det.” Susie fører diskussionen videre omkring finansiering af film: ”Jeg synes også at det der [indhold og teknik, GS] gør det, at jeg ikke kan forestille mig det, alt det Hollywood, altså. Det, og man bruger flere millioner på film derovre, eller milliarder, altså. Det er nok mest det der gør at jeg ikke kan forestille mig det, fordi at det netop derovre gælder om at bruge flest penge og være den bedste.” Til interviewerens spørgsmål: om den slags film simpelthen ikke vil blive lavet i USA, svarer Susie: ”Uhm, det kunne de sikkert godt af én eller anden mærkelig, en eller anden helt vildt psykisk syg instruktør, der kunne finde på det, tror jeg skulle det være derovre. Men ellers så tror jeg det ikke.”

Monika på 15 år fra Nørrebro mener, at vi ikke ser så mange **film fra andre lande**, fordi vi ikke kan forstå dem, ikke kun sprogligt, men i det hele taget. Andre mener imidlertid, at ikke-engelske eller amerikanske film godt kan ses, hvis de rammer den rigtige kombination af professionalisme, spænding og genkendelighed i tematik. For eksempel dukker *Taxi*¹¹⁸ op i flere af interviewene:

Lars-Peter: Det er virkelig sådan en, enhver bilnørds drøm at se den.

Int.: Hvor har du set Taxi henne?

Lars-Peter: Øh, på video

Int.: Det er skægt, der er flere, der har nævnt den, og den er jo så fransk.

Lars-Peter: Ja, det synes jeg slet ikke gør noget fordi at... også fordi at ham der Luc Bresson, han er jo en kendt en, så det får jo folk til at se den.

Int.: Er det derfor du så den? Eller hvorfor så du den?

¹¹⁷ Amerikansk lav-budget gyserfilm fra 1999, skrevet og instrueret af [Daniel Myrick](#) og Eduardo Sánchez, og produceret af Artisan Entertainment. Filmen er angiveligt en dokumentar om en jagten på spor efter en legendarisk heks i Black Hills i Maryland, følgelig filmet med håndholdt kamera og med naturlige omgivelser og virkemidler. Producenterne brugte internettet til at lancere filmen som en sand historie om tre studerende, der forsvandt i skovene efter jagten på *The Blair Witch*. Lanceringen var ganske gennemført og overbevisende, baseret på min egen erindring om projektet. Filmen er ikke officielt en dogme-film, men følger nogle af de 10 dogmer, og ligner på mange måder.

¹¹⁸ *Taxi*, fransk film fra 1998, produceret og skrevet af Luc Bresson, instrueret af [Gérard Pirès](#).

Lars-Peter: Nej, jeg så den fordi at jeg havde fået at vide at den var rigtig fed.

Int.: Af hvem.

Lars-Peter: Af min storebror, og nu har jeg så været lidt i Frankrig, så jeg har ikke noget imod ...

For Lars-Peter, 15 år og fra Tinglev, er der altså flere årsager til, at han har set en fransk film: en kendt instruktør, anbefaling fra storebror samt genkendelse af det franske. Til gengæld nævner han ikke, at han genkender genretræk, tematik, stil og æstetik fra tilsvarende populære amerikanske (eller andre) film, skønt dette faktisk findes i stort omfang. Lars-Peter fremfører imidlertid yderligere to argumenter for, at *Taxi* efter hans mening er en fed film:

Ja, men jeg synes faktisk den er lidt speciel netop fordi den er fransk, det gør den faktisk lidt bedre, selvom det selvfølgelig er lidt svært at indrømme (ler). Øh, når den er lavet i Frankrig, og det... jeg har været inde i Marseilles og jeg kan se de gader dér, de kører rundt i, og det er altså lidt mere spændende end bare at se de dér samme Hollywood-gader og de samme, ja, øh, kendte skuespillere, der bliver ved med at optræde om og om igen, det synes jeg ikke er så sjovt igen.

Lars-Peter mener altså, at hans oplevelse er påvirket af hans kendskab til filmens oprindelse, der gør, at den ikke bare er endnu én af mange tusinde Hollywood-film. Og ikke mindst giver det ham en særlig oplevelse, at han kan genkende de fysiske lokaliteter, hvor filmen foregår, sådan som det nævnes af andre i forbindelse med positive oplevelser af danskproducerede film og serier. Endelig indtager han et synspunkt, der adskiller sig fra mange andre deltageres, idet han glæder sig over at se nye ansigter i filmen. Det skal dog tilføjes, at Lars-Peter også ser mange af de sædvanlige, populære film.

15årige Marie fra Nørrebro synes, at "franske film er også ret gode". Hendes holdning skyldes især, at hun har set *Nikita*¹¹⁹. Hun mener, at den franske version er bedre end den senere engelske. Originaliteten spores i den oprindelige version. 12årige Torsten fra Tinglev har set Louis de Funès¹²⁰ film sammen med sin far, og han syntes sådan set, at de var morsomme nok, men især fordi det var en social situation, han kunne dele med en anden, i dette tilfælde faren. Det samme er i øvrigt tilfældet i en del eksempler, hvor deltagerne nævner, at de har set lidt atypiske film i forhold til normale præferencer, som for eksempel gamle danske film. Den type film kan bruges som udgangspunkt og fællesnævner for hyggestunder i familien. 15årige Kirstine fra Nørrebro husker blandt andet, at hun kunne lide *Lille Per*¹²¹ og *Morten Korch*, da hun var lille, og så filmene hjemme hos sin mormor.

Nogle af deltagerne har særlige forudsætninger for at kunne se og forstå film fra andre lande. Det gælder for eksempel en del af de, der bor i Kolding og Tinglev, som indimellem ser

¹¹⁹ Fransk actionfilm fra 1990, instrueret af Luc Bresson. I 1993 blev der lavet en amerikansk remake med titlen *Point of no Return*, instrueret af John Badham, og i 1997 kom filmen som serie, produceret i Canada.

¹²⁰ *Louis de Funès* døde i 1983, så de film, Torsten og hans far har set, har ikke været nye.

¹²¹ *Lille Per* var hovedpersonen i de danske *Far til Fire*-film, der kom fra 1954-61. Filmene er baseret på en tegneserie af samme navn, som kom fra 1948-1988, først i Politiken, siden i Berlingske Tidende.

tyske film. Andre deltageres særlige baggrund giver andre muligheder. For eksempel har 15årige Paolo fra Lyngby set italienske film, blandt andre *Livet er smukt*¹²², som giver ham en ekstra oplevelse, fordi han så nogenlunde forstår italiensk og dermed forstår den særlige italienske humor. Han sammenligner i øvrigt oplevelsen af italienske film med franske film, idet han genkender særlige stiltræk mellem film fra de to lande, som han har set.

12årige Melina fra Lyngby er ligesom Paolo et eksempel på, at deltagernes baggrund er med til at bestemme oplevelsen af bestemte film. Melina og hendes mor, som kommer fra Iran, har forskellige iranske film på video og ser dem indimellem sammen. Melina synes, at nogle af filmene er sjove, og sammenligner med film og genrer, som vi kender fra vestlige film. Selvom Melina også mener, at mange iranske film enten er meget dramatiske eller meget kedelige med meget lange dialoger, er der også iranske film, hun godt kan lide. Det gælder især de humoristiske film. For eksempel mener hun, at hovedpersonen i en af de iranske film, hun har set, minder ret meget om *Mr.Bean*¹²³, bortset fra at den iranske hovedperson er mere dum end *Mr.Bean* og taler mere. Her kan man altså tale om genkendelsesfaktorer, der trækker i retning af det typisk iranske og faktorer, der krydser kulturelle grænser.

16årige Mounir fra Nørrebro ser som Melina film fra sit oprindelsesland med familien, og også han finder forskelle og ligheder. Han mener for eksempel, at pakistanske actionfilm er "det samme som næsten amerikanske. Men det er bare lidt overdrevet. De hopper fra tiende sal, så...".

Der er ikke mange af deltagerne, der kan komme med eksempler på film, de har set, som adskiller sig væsentligt fra de film, de plejer at se. Dog har 15årige Asbjørn fra Lyngby set iranske film, da han boede i Malaysia, og synes, at de er meget anderledes end for eksempel amerikanske og danske film:

Dem har jeg set masser af, der er altid musik og sang i, og så er der en eller anden lille buttet mand med sådan et lille overskæg, der sidder på en eller anden kusk og så sidder han og synger, så kommer der så nogle piger dansende ind. Der er ligesom ikke nogen handling i (ler), det er skummelt... Men det var meget sjovt lige at se starten på de der, fordi at de er jo muslimer eller noget... Så må de ikke ... resten af filmen, det er fuldstændigt skummelt. Man kan, man kan sidde virkelig og prøve at koncentrere sig...

15årige Julie har på et tidspunkt gået i en filmklub, hvor der også ind imellem blev vist "nogle fremmede film". Julie er splittet i sine holdninger til, hvor gode de film, de så, var. På den ene side kunne hun ikke lide *Børnetyven*¹²⁴, fordi dens nære hverdagsrealisme minder for meget om typiske danske film, som hun finder kedelige. Men på den anden side set kan realistiske film også give nogle gode oplevelser: "Det var også meget sådan, det skulle

¹²² *La vita è bella*, italiensk film, på italiensk fra 1997, skrevet og instrueret af Roberto Benigni.

¹²³ Engelsk komedie-tv-serie fra 1990-95. Den første af to film baseret på serien kom i 1997.

¹²⁴ Italiensk film fra 1992, instrueret af Gianni Amelio. Barsk social-realistisk film om overgreb mod børn.

være realistisk og om almindelige mennesker og sådan, altså det kan også være meget sjovt en gang imellem, eller, det er jo ikke sjovt, men det kan jo være underholdende en gang imellem også at se, fordi at så får man indblik i almindelige menneskers liv i stedet for sådan nogle store helte, ikk'."

På spørgsmålet om, hvorfor "vi" ikke ser flere film fra andre lande end USA og andre engelsksprogede lande, som for eksempel de store filmproducerende lande Indien og Brasilien, svarer 15årige Adam fra Nørrebro:

Altså, jeg... jeg ved det egentlig ikke, men, øh, jeg tror det er fordi at det amerikanske er mere populær, også noget med at, øh, vi deler måske mere holdning med det amerikanske, altså politisk, altså som Danmark, ik'. Men Irak eller Iran eller sådan noget... derfor er vi måske interesserede i at se de samme ting, fra det samme synspunkt. Altså tit så kan man meget let se at det er en amerikansk film på den måde, den er lavet. Øh...

Adam forbinder altså genregenkendelse og fælles holdninger og synspunkt i argumentationen for, hvad vi finder populært. Men han ved ikke, hvad han skal svare til spørgsmålet om, hvorvidt vi deler synspunkt med for eksempel amerikanere, *fordi* vi har set så mange amerikanske film.

13årige Søren fra Kolding bidrager kritisk til en vurdering af amerikanske films stereotype fremstilling af andre kulturer: "Det har meget at gøre med hvordan for eksempel amerikanske film de laver... Altså jeg tror der er meget, der er lidt mindre at tyskere går rundt med tyrolerhatte og seler og sådan noget. Og øh, dem fra Italien, de er sådan nogle mafiaer alle sammen, og sådan noget." Søren mener, at man kan få et mere sandfærdigt billede af andre kulturer gennem for eksempel dokumentarfilm end gennem spillefilm.

16årige Mounir fra Nørrebro mener, at man i mange lande efterligner de amerikanske koncepter for populære film, fordi de amerikanske film tjener så mange penge ind. Følgelig forsøger andre filmproducenter at efterligne. Han synes i øvrigt, at det er vigtigt nævne, at efterligningen af amerikansk film-produktion for eksempel i Pakistan er så omhyggelig og betydningsfuld, at man for eksempel efterligner Hollywoods Oscar-prisuddeling til mindste detalje, bare på pakistansk.

Samlet set kan man sige om undersøgelsesdeltagernes erfaringer med og holdninger til film og deres kvaliteter, at der tegner sig et billede af, at stort set alle de film, der nævnes er populære, kommercielle produktioner; Amerikanske/engelske film bedømmes på tværs af de specifikke film til at være af høj kvalitet på grund af produktionen, sproget, skuespillet, graden og arten af action, men også med en vis hang til overdrivelse. Danske film vurderes på tværs af de specifikke film til at være dårligere end amerikanske, men med en lang række eksemplariske undtagelser, begrundet i genkendelighed i forhold lokaliteter, temaer, typer og fortællestil og i nogle tilfælde skuespillet og en særlig nedtonet stil i gyserfilm.

Udenlandske film ses af og til, og vurderes også positivt, men i det omfang de genre- og stilmæssigt ligger meget tæt op ad det, der kendes fra amerikanske film.

Amerikanske/engelske film leverer 'kvalitet' for undersøgelsesdeltagerne i kraft af en bredt defineret underholdningsværdi (i form af store forhold, flot teknik, 'mere' kendte skuespillere, et sprog, der symboliserer ikke-lokalitet). Desuden leverer de stof til fascination af de store muligheder og drømmen om det perfekte (anderledes, udfordrende, heroiske, glamourøse, spændende) liv. Der ses dog også en interessant dobbelthed mellem fascination af de amerikanske filmuniverser og erkendelse af, at vi taler om "big business" (i form af bedre markedsføring, flere penge, andre landes efterligning). Ifølge Hebdige tilbyder amerikansk populær kultur 'rich iconography, a set of symbols, objects and artefacts', som kan kombineres i det uendelige i forskellige grupper (Hebdige¹²⁵ 1988:74, citeret i Morley and Robins 1995:81). På den ene side er det tydeligt, at undersøgelsesdeltagernes filminteresser er eksponenter for det, Morley og Robins kalder transformation af kultur med amerikanske kulturprodukter i centrum (1995:82). På den anden side viser undersøgelsen også, at den gennemgående udtrykte holdning om, at amerikanske film er de bedste, mest professionelle, mest underholdende og mest vedkommende produktioner modificeres i lidt højere grad, end deltagerne selv indser. Det sker dels gennem alle de undtagelser, hvor danske film findes underholdende og som leverandører af genkendelighed og tryghed, dels gennem den adgang til globale kulturprodukter, der ikke nævnes i spørgeskemaerne under præferencer, men som tydeligvis også får én eller anden form for indflydelse på den kulturelle transformation.

Fiktion – TV-serier

Først i spørgeskemaundersøgelsen og dernæst i interviewene blev der spurgt til foretrukne "serier" henholdsvis oplevelser med "serier". "Serie" blev fortolket bredt af deltagerne i både skemaer og interviews, således at der optræder eksempler på præferencer og holdninger til en række meget forskellige former for tv-produktioner, hvis væsentlige fællestræk er deres serielle form. Det vil sige, at udover det, vi normalt forstår ved tv-serier, altså fiktive fortællinger, der vises serielt i afsnit, omfatter begrebet også ungdomsserier, soaps, drama og spænding, satire, situationskomedier (sitcoms) samt reality shows. I det efterfølgende analyseres undersøgelsesdeltagernes erfaringer med og holdninger til nogle af disse forskellige serielle tv-produktioner, som nævnes af undersøgelsesdeltagerne. Deltagerne har på nogle områder fælles oplevelser af, hvad serierne betyder og bruges til, på andre områder opfylder programmerne forskellige interesser og behov for underholdning.

Som vi så i kapitel 4, er der en stor overvægt af amerikanske produktioner blandt de foretrukne serier, med en lidt større andel til især de ældste piger, og med en højere andel af danske og andre ikke-amerikanske serier (tyske) i Tinglev. Se man på, hvilke genrer, de

¹²⁵ Dick Hebdige (1988): *Hiding in the Light*, London: Routledge.

nævnte præferencer går ind under (jf. bilag 8), ses den samme dominans af amerikanske produktioner for alle de førnævnte former for serie-produktioner. Der nævnes for eksempel kun tre danske fiktions-tv-serier (*Edderkoppen*¹²⁶, *Hvide Løgne*¹²⁷ og *Taxa*¹²⁸), én dansk situationskomedie (*Madsen og Co*¹²⁹) og ét satireprogram (*Kongeriget*¹³⁰). I de kvalitative interviews omtales og vurderes flere lokale og globale eksempler, så billedet varierer. Det er desuden interessant, at de danske serier diskuteres mest i interviewene, med undtagelse af *Beverly Hills*¹³¹, der fylder en del både for nogle af deltagerne og i undersøgelsens kontekst. Dette kan ideelt set skyldes, at de (især) amerikanske serier ganske vist er mange og ses ofte, men at de fylder mindre i deltagerens bevidsthed, fordi de danske serier tilbyder oplevelse og indhold og referencerammer på flere niveauer, end det kan lade sig gøre med de amerikanske serier. Det kan dog også rent pragmatisk skyldes interviewet forløb og de områder, interviewerens har slået ned på. Det skal i øvrigt tilføjes, at nogle af deltagerne ikke har adgang til alle de tv-kanaler, som sender de mest populære serier. For eksempel er der flere i Tinglev, der nævner, at de ikke kan tage TV3. De fleste ser serierne ind imellem hos andre og kan derfor godt tale med om dem i nogen grad.

Endnu en interessant baggrundsfaktor for de holdninger til det brede spektrum af tv-serier, der tales om, er, at de unge ifølge deres udsagn i interviewene især ser tv på danske kanaler, hvilket betyder, at de får størstedelen af deres udenlandske serier via danske tv-kanaler. Dette underbygges af, at globalt/transnationalt tv (for eksempel CNN, MTV, nabolands-tv) spiller en relativ beskeden rolle i DK. Ifølge Henrik Søndergaard omfattede tv-seningen af udenlandske tv-kanaler kun 12% af den samlede sening¹³² i 2000, mens de to store public service kanaler havde en samlet share på 68%. Et væsentligt spørgsmål er imidlertid, hvor mange af de forskellige kanalers udsendelser, der er danske henholdsvis udenlandske. Andelen af udenlandske programmer er ifølge Søndergaard proportional med graden af kommercialiseringen af den enkelte kanal, og følgelig har Danmarks Radio den største andel af danske programmer. Dette mønster afspejles i de unge seeres profil, der tegner sig anderledes end gennemsnittets, eftersom unge danskere mellem 12 og 20 år kun ser omkring halvdelen af deres udsendelser på DR og TV2 (Søndergaard 2003:111-

¹²⁶ Dansk tv-miniserie i seks afsnit, produceret af DR og sendt første gang i 2000, lige omkring tidspunktet for interviewene. Serien blev instrueret af Ole Christian Madsen. Historien foregår i 1949, med omdrejningspunkt i den virkelige skorpionsag om korruption og bestikkelse, som Hans Scherfig har beskrevet.

¹²⁷ Dansk dramaserie/soap, som blev produceret i 447 afsnit fra 1998 til 2001. Serien foregår i en lille provinsby, især omkring byens hospital. Serien er en versionering af en svensk serie, men det er der ikke nogle af deltagerne, der nævner.

¹²⁸ Dansk tv-serie i 56 afsnit på DR1. Sendt fra 1997. Skrevet af Stig Thorsboe. Serien foregår på og omkring en mindre københavnsk taxacentral.

¹²⁹ Dansk komediserie/sitcom, produceret af DR1 i 32 episoder fra 1996 til 2000. Handler om et "helt almindeligt" ægtepar og deres to børn, samt om naboerne.

¹³⁰ Originaltitel: *Søs og Kirsten – Kongeriget*. Dansk satireserie fra 1998 i 14 afsnit.

¹³¹ Amerikansk ungdomsserie, der blev produceret fra 1990-2000, i 296 episoder af Spelling Productions. Serien handlede om en gruppe unge mennesker i det pæne 90210 kvarter og disses indbyrdes relationer som venner, kærestes, børn, forældre og så videre. Serien blev sendt første gang fra 1992 i Danmark og er blevet genudsendt flere gange, blandt andet på det tidspunkt, hvor interviewene fandt sted.

¹³² Dette gælder alle udsendelser samlet set, ikke kun tv-serier, bredt defineret.

12). Enten ser de flere udenlandske programmer, fordi de vælger de kommercielle kanaler, eller også vælger de unge seere kommercielle kanaler for at få flere udenlandske programmer og film. Deres gennemgående holdninger til danske henholdsvis internationale/amerikanske tv-programmer og film taget i betragtning, er den sidste forklaring den mest sandsynlige, selvom man kan tolke, at der sker en stadig dualistisk bevægelse mellem de to årsagssammenhænge.

I sin artikel fra 2003 om globalisering og national identitet i dansk tv-produktion har Henrik Søndergaard et afsnit, der hedder "Sejren over Hollywood". Hans pointe er, at da danskerne endelig fik fri adgang til kommercielle tv-stationer (fra 1988 og frem) og dermed et stort udbud af både kanaler og indhold, foretrak de alligevel danske kanaler og danske produktioner (Søndergaard 2003). Morley og Robins er inde på samme tankegang, idet de mener, at amerikanske tv-programmer ikke kan konkurrere med nationalt tv:

There is a growing realisation that the success of American-style commercial programming in Europe is context-dependent in a very specific sense. US imports only do well when domestic television is not producing comparable entertainment programming. Whenever viewers have the alternative of comparable entertainment programming in their own language, the American programmes tend to come off second best.

(Morley and Robins, 1995:63)

Pointerne i dette citat holder statistisk, hvis man ser på, hvilke serier, der tiltrækker flest danske seere og hvilke, der er mest populære i forhold til kvalitet. De store danske serier vinder hver gang. Det er ikke uden grund, at disse serier kan genudsendes igen og igen.

Deltagerne i undersøgelsen ser tydeligvis en del dansk tv, idet de er i stand til at nævne en række programmer og serier, men stadigvæk nævnes der flest amerikanske titler både i spørgeskemaundersøgelsen og i interviewene. En forsigtig konklusion er, at de unge rent faktisk ser en del danske udsendelser, serier og så videre, men at det ikke er dem, der fylder mest i deres tanker om, hvad godt tv er, eller måske snarere, at det især er de amerikanske serier og underholdningsprogrammer, der leverer stof til fælles referencerammer og umiddelbar identificering med lettilgængelige og letfordøjelige personlige relationer, problemer, følelser og løsninger. De danske tv-fiktions-serier, der nævnes, giver snarere mulighed for at etablere referencer, der går på tværs af og rækker ud over vennegrupperne. Det gælder for eksempel de historiske serier, hvor tematik, historier og personfremstillinger skal bearbejdes lidt mere for at give stof til refleksion og betydning.

Dette er endvidere interessant i lyset af, at medielovgivningen satser på at bevare de danske kanaler og på at understøtte dansk fiktion og dansk underholdning. For eksempel betragtes især Danmarks Radio og TV2 fra politisk side og til dels i offentligheden som kulturinstitutioner, der, med afsæt i public service lovgivningen, skal sikre et varieret udbud og dansk produktion/indhold. I forhold til projektets undersøgelse er det tydeligt, at DR og TV2 i høj grad konkurrerer med de kommercielle tv-kanaler og med det internationale marked

om deltagernes interesse. Dybest set er undersøgelsesdeltagerne ligeglade med, hvilken kanal, der sender de populære serier, og de vælger gerne TV2 eller DR, hvis det er der, de findes. Dog er det tydeligt, at flere af deltagerne har taget de kommercielle kanalers flowagtige programkæder, der er sammensat af en række populære serier og underholdningsprogrammer, til sig. Især nævner flere af pigerne men også drenge, at de ser diverse serier efter hinanden. Det er således lettere bare at lade tv køre med serierne og underholdningen uden hele tiden at skulle zappe efter forskellige yndlingsprogrammer. Dette sker selvfølgelig alligevel, men flow-tilstanden, eller måske baggrundsfunktionen er helt tydeligt en populær seerstrategi efter skoletid, om aftenen – hvor især de yngste deltagere ikke altid har "noget at lave" - og mellem forskellige andre aktiviteter.

Yderligere tre forhold skal nævnes i denne generelle introduktion til afsnittet om tv-serier. For det første er det spørgsmålet, hvad den strategiske segmentering af publikum, der finder sted, betyder for de unge undersøgelsesdeltageres oplevelse af *fællesskab*? Det er en diskussion, der i Danmark er lige så lang som diskussionen om ophævelsen af tv-monopolet, fordi frygten for, at den funktion som fast holdepunkt og leverandør (af indhold, temaer, holdninger og så videre) til det danske folk, som Danmarks Radio har stået for frem til TV2s og de kommercielle tv-stationers indtræden på tv-markedet, skulle forsvinde, og at en væsentlig kultursamlende institution ville gå i opløsning. Profetien er på den ene side gået i opfyldelse, bortset fra enkeltstående fænomener indenfor nyheder, underholdning og tv-fiktion. En væsentlig observation fra diverse interviews er, at nogle af deltagerne kun meget sporadisk nævnte diverse serier og programmer som noget, man så fælles, og der var meget lidt diskussion over bordet om de eksempler, der blev nævnt, også selvom flere tydeligvis så de samme programmer. Det ser ud til, at de populære serier og sitcoms ofte ses alene, som afslapning og som "in-between"-beskæftigelse. Nogle af serierne kan nok generere lidt snak om forløbene, som for eksempel *Beverly Hills* eller *Friends*¹³³ eller *Spin City*¹³⁴, men det fremgår ikke eksplicit af interviewene. På den anden side er der også undersøgelsesdeltagere, der foretrækker at se tv-serier sammen med andre, som for eksempel 12årige Michelle fra Nørrebro, der kun ser serier, hvis det er sammen med veninder. Ellers gider hun ikke at se dem: "Jeg synes ikke det er interessant. Noget af det det er vel meget sjovt, men noget af det, det er bare forfærdeligt." Anne Jerslev finder i sine analyser af unges videoaftener og af betydningen af reality-shows, at film og serier på mange måder fungerer som vennefænomener – oplevelser, man deler og kan fortælle historier om (Jerslev 1999 og 2003). Det er dog ikke mit indtryk, at deltagerne i min undersøgelse bruger rigtig meget tid på engageret at diskutere, hvad der sker i de enkelte afsnit, hvad der sker

¹³³ På dansk *Venner*. Amerikansk sitcom sendt i 236 episoder mellem 1994 og 2004. Handler om seks hovedpersoner og deres indbyrdes forhold og forviklinger. Genudsendt ofte. Skuespillerne, der spiller hovedpersonerne, er blevet yderst kendte og populære.

¹³⁴ Amerikansk sitcom fra 1996-2002. Foregik på et fiktivt borgmesterkontor i New York med især Michael J. Fox som den populære spin-doktor/assistent til borgmesteren. Da Fox meldte fra på grund af sygdom, og Charlie Sheen overtog jobbet, faldt populariteten og serien blev lukket. Sendt i Danmark på TV2. Genudsendes løbende.

med personerne osv. Også fælles sening af tv-serier er, i de tilfælde, hvor det sker, i høj grad afslapning og endda nogle gange baggrund for andre aktiviteter. Som med fælles film-sening er tv-serierne sjældent det centrale, men snarere anledningen til at være sammen, til at skabe en fælles situation og oplevelse (Jerslev 1999).

En anden variation af fællesskabsfølelsen opstår, når familiehyggen centrerer om sening af serier. For eksempel ser Kirstine fra 9. klasse på Nørrebro nogle gange serier sammen med sin mor: "Det er sådan meget sjovt, og dem ser jeg også meget sammen med min mor, fordi hun også (ler) synes det er rimelig sjovt at se hele tiden (ler)." 15årige Peter fra Kolding sætter sig og se *Lex og Klatten*¹³⁵, sammen med sin stedfar. De har et særligt fællesskab om denne oplevelse "og vi mopper min farmor ud af huset næsten ik'å." Peter siger om sig selv, at han nok er lidt underlig, fordi han kan lide den absurde form for humor. Til gengæld kan hans mor lide at se *Søs og Kirsten* [*Kongeriget* GS].

Endnu en variation af fælles tv-sening finder ofte sted i familier med anden etnisk herkomst end dansk. I mange af disse familier er tv-seningen helt eller delvist centreret omkring tv på modersmålet og fra hjemlandet. For eksempel sidder Sukran tit med hele sin familie og ser tyrkiske serier. Forældrene til tre af drengene i sjette klasse på Nørrebro kan ikke lide at se danske serier og film (i modsætning til drengene), men foretrækker produktioner fra hjemlandet. Det giver dem noget at være fælles om, men især giver det en oplevelse af kulturel opfriskning og en vis portion nostalgi, omkring en vigtig del af deres kulturelle identitet. Samtidig må man også sige, at der er et dobbelt skel mellem interesser og potentielle fællesskaber i familier med en anden baggrund end dansk: der er både et kulturelt niveau, hvor børn og forældre ikke altid helt har samme holdninger til "hjemlands-tv". Desuden er der det sædvanlige interesseskel mellem teenagers og deres forældrenes præferencer. Selvom der selvfølgelig er mange sammenfald, for eksempel i forhold til dansk fiktion og til satire-programmer, indgår programmerne på særlige måder i henholdsvis voksen- og ungdomskulturerne. For de fleste deltagere i undersøgelsen fylder fiktionen rigtig meget i bredden, med enkelte vægtige nedslag af særlige oplevelser, mens forældrene ofte har særlige mønstre for deres præferencer i overensstemmelse med travle dage, der kun for få giver mulighed for at have amerikanske serier kørende i baggrunden eller forgrunden for andre aktiviteter.

For det andet er **tv-fiktion** netop **seriel** - i modsætning til den måde, deltagerne ser film på, som oftest er enkeltstående oplevelser om end indenfor specifikke genrer – hvilket vil sige, at flere episoder strækker sig over kortere eller længere tid. I fiktionsserierne lærer de trofaste seerne universer, karakterer, miljøer, stiltræk med mere at kende, som fortsatte fortællinger, der udvikler sig. I underholdningsprogrammerne sker det oftest som afsluttede episoder, der imidlertid hænger sammen gennem persongalleri, stil, tematik med mere. I

¹³⁵ Dansk satire/komediegruppe, der bestod af [skuespillerne Hella Joof](#), [Paprika Steen](#), [Peter Frödin](#) og [Martin Brygmann](#). Lavede et ugentlig show på TV2 i 1998, hvorfra nogle af sangene senere blev udgivet.

fiktionen er det historiens udvikling og personernes indbyrdes relationer, der trækker seerne til næste afsnit, mens det i underholdningsprogrammerne er forventningen om et tidsrum med underholdning, der trækker. Trods det, at serierne tilsyneladende ofte ses alene af undersøgelsens deltagere gør det serielle forløb det principielt lettere for seerne at etablere fællesskaber omkring bestemte produktioner, som passer ind i en bestemt gruppes smag, gennem udveksling af sidste nyt, ... de, der kender en serie indgående og føler sig hjemme og/eller serier, der udtrykker noget ved brugerne som for eksempel *South Park*¹³⁶.

For det tredje finder der en livlig **handel med tv-koncepter** sted, i høj grad fra USA og til andre lande, men også i andre retninger, som når et japansk tv-game-show produceres i USA. På indholdssiden handles der også med ophavsrettigheder, som når en fransk film adapteres til en lang canadisk serie. Desuden kan man sige, at der finder en adaptationsproces sted, der snarere end på egentlige koncepter, går på efterligning af måder at skrive serier og underholdningsshow sammen på, så de ligner internationale produktioner, som har vist sig populære i Danmark. De tydeligste eksempler, der nævnes i undersøgelsen, er soap'en *Hvide Løgne* og en typisk sitcom som *Madsen og Co*, der efterligner amerikanske serier. Det er imidlertid en væsentlig pointe, som en række tv-forskere er enige om (Bolin 1995; Moran 1998, m.fl.), at denne form for adaptation ikke sker som en direkte import af kulturelle værdier, holdninger og dermed basis for en bestemt type refleksion, men at der finder en stadig kulturel filtrering sted, dels gennem produktionen, dels gennem receptionen. Göran Bolin siger for eksempel om programformater og deres kulturelle betydning:

Både fenomenet med remakes och format kan sägas handla om ett kulturellt översättningsarbete. Man skulle kunna se formatens framväxt som en förlängning av denna översättningstrend inom filmens värld, och som ett sätt att nationalisera eller regionalisera en viss typ av innehåll som man misstänker är alltför kulturellt avvikande för en viss nationell eller regional publik. Och måhända är det detta fenomen som utgör navet i det som kallas kulturell globalisering genom formatadaption och återinspelningar knyts världen samman av berättelserformer som har den dialektiske kvaliteten av att ha både ett gemensamt ursprung och en nationell särprägel.

(Bolin 2005:48)

Således er Bolin på linje med for eksempel Albert Moran, der afviser, at format adaptation bare er en passiv overfører/bærer af "values and ideological outlook (Moran 1998:171). Med blandt andet en henvisning til Morleys teorier om tv-seere som aktive afkodere af det, de ser (Morley 1992), afviser Moran, at tv-seere generelt er udsat for et omfattende kulturimperialistisk angreb, eftersom over halvdelen (på det tidspunkt, hvor han undersøger fenomenet) af tv-udsendelserne produceres nationalt og aldrig kommer på det globale marked. Han siger: "These experiences appear to deny the Trojan Horse theory of cultural reception, posited by cultural imperialism, forcing us to look elsewhere for a more adequate

¹³⁶ Amerikansk animeret tv-serie, af Matt Stone. Startede i 1997 og kører stadig. Har en stærkt satirisk og provokerende form og indhold, der enten får folk til at hade eller elske serien. Især mange unge danskere har taget serien til sig.

explanation of transfer” (Moran 1998: 171). Med “transfer” refererer Moran til normer, ideer og kulturelle udtryk.

Der tegner sig et ganske broget billede af deltagernes præferencer for **danske** og **amerikanske** tv-serier, ungdomsserier og soaps. Fra tv-stationernes side sker der både en orientering omkring det nationale i produktionen af tv-fiktion og store satsninger, på den anden side sker der også en globalisering af dansk tv, i og med at så stor en del af det, der sendes, er udenlandske produktioner (Søndergaard 2003), og idet de danske produktioner tilpasses mere internationale standarder for tv-produktioner. Som vi ser af figur 21 i kapitel 4, er andelen af amerikanske serier (alt inklusive) i forhold til danske, europæiske og andre lande endnu større end i forhold til film for undersøgelsesdeltagerne. Det billede, der tegner sig gennem kombinationen af spørgeskemaresultaterne med interviewene er, at de fleste ser mange forskellige amerikanske produktioner over tid og eksemplariske, populære danske indenfor forskellige genrer.

I forhold til de **amerikanske produktioner** dominerer **daytime**¹³⁷ og **drama-serier** fuldstændigt præferencerne, selvom der også ses mange eksempler på, at satireprogrammer, talkshow med videre er populære. I det følgende vil jeg se nærmere på nogle eksemplificerende serier, som deltagerne taler om ud fra forskellige erfaringer og holdninger: Som indledning har vi et statement fra en 12årig dreng fra Kolding, der i kommentarfeltet i spørgeskemaundersøgelsen har skrevet: ”Jeg hader amerikanske tv-serier. Undtagen *South Park* og *Internal Affair*¹³⁸. *Taxa*.” Dette udsagn siger ret meget. Dels er der kun én anden i undersøgelsen (12årige Sukran fra Nørrebro), der har samme holdning, dels er der mange der delvist er ganske kontante i deres kritik af bestemte sider af amerikanske serier. Endelig nævner han alligevel to kendte serier – en amerikansk og en dansk samt en amerikansk miniserie, der ikke er helt ny. Langt de fleste deltagere bevæger sig imidlertid også i denne kontekst mellem den lystbetonede behovstilfredsstillelse i uanede mængder populære tv-produktioner og den kritiske refleksion om, hvad det egentlig er, man får.

Én af de genrer, der er populære, er de amerikanske ungdomsserier. Det er selvfølgelig især serier, der tematiserer ungdomsliv på godt og ondt og som er produceret med teenagers for øje. Det drejer sig for eksempel om *Dawsons Creek*¹³⁹, *Felicity* og *Beverly Hills*. Sidstnævnte har været en af de mest populære ungdomsserier, både første gang serien blev sendt i dansk tv og ved de efterfølgende genudsendelser. Pigerne i 9. klasse i Tinglev

¹³⁷ Man kan jo sige, at alt kan sendes om dagen, men denne genre har et særligt format, der gør episoderne let tilgængelige, så man kan gå til og fra. Miljø, tematik, persontegning med mere er ofte lettere end de tungere, dyrere serier, der sendes i den bedste sendetid, og som der bruges betragteligt flere penge på.

¹³⁸ Amerikansk mini-serie fra 1998 med Richard Gere. Skrevet af Henry Bean og instrueret af Mike Figgins.

¹³⁹ Amerikansk ungdomsserie sendt i bedste sendetid på WB Television Network fra 1998-2003. Historien handler om fire venner i en fiktiv lille kystby og deres liv ved starten på gymnasietiden. Serien er blevet berømmet for at tage over efter *Beverly Hills* og på en overbevisende måde, i en amerikansk kontekst, at tage typiske teenage problemer op.

ser især *Beverly* på grund af handlingen. Sanne siger: "Jamen, det er sådan noget med at så er der en, der har nogle problemer og sådan, ja, alt muligt." Og Christina følger op: "Øh, man kan måske sammenligne det med sig selv, altså hvad man har..."

12årige Regitze fra Tinglev ser både *Saint Tropez* og *Beverly*. Hun synes, at *Beverly* er lidt anderledes end *Saint Tropez*: "Ja, det er nok mere sådan noget kæreste, det handler om. ... Det er interessant (ler). Øh (rømmer sig), jeg synes bare det er godt. ... Fordi nogen gange skal de (hosten) og løse problemer for, eller så løser de -hjælper hinanden med at løse problemer, og så kunne man godt få nogle ting, man kunne løse problemer med andre gange." Pigerne i gruppen synes godt, at man kan lære noget af *Beverly*, selvom de ikke selv er så gamle som hovedpersonerne i serien. Det viser sig for de fleste at være ret vanskeligt at forklarer, hvad de typiske ungdomsserier som *Beverly*, *Dawsons Creek* eller *Glamour* handler om. Det skyldes muligvis, at plots'ne er bygget op omkring netværkene mellem hovedpersonerne og en lang række "forbipasserende", og hver ny episode har sine centrale konflikter, der skal løses op for eller sendes videre til næste episode. Derfor ender de fleste forsøg på at beskrive serien som "noget med at løse nogle problemer". Til det siger Karen Klitgaard Povlsen: "*Beverly Hills 90210* features recurring problems such as addiction to drugs, alcohol, food or sex, and eating disorders. These subjects should all be gathered under the theme: how to control oneself." (Povlsen 1996: 10). Det, som for nogle altså er det interessante og tiltrækkende, kan for andre ende med at blive en begrænsning. Problemet med de amerikanske serier er nemlig ifølge blandt andre 15årige Karina fra Lyngby, at "Man har også set dem hundrede gange, og afsnittene minder om hinanden. Der er den samme konflikt, det er bare forskellige situationer."

Ifølge Karen Klitgaard Povlsen, der har foretaget en omfattende undersøgelse af fænomenet *Beverly Hills 90210*, er der i *Beverly Hills* tale om forskellige seer-strategier, der afhænger af såvel personlige holdninger og erfaringer som af den sociale kontekst, serien og seningen af den indgår i. Povlsen har især fundet tre seerstrategier: indlevelse, distance: stil og mode, ironi og kropsspejling. Helt generel kult og ironi (Povlsen 1999).

Julie fra 9. klasse på Nørrebro ser mange serier. Hun har fjernsynet kørende som beroligende baggrund, når hun er alene hjemme, og det er ikke altid, at hun ser på de serier, der kører, men: "men altså det er sådan... altså selvfølgelig der er nogle bestemte serier, jeg ser meget, som jeg følger med i, og det er sådan dem *skal* jeg bare se, fordi det... det er noget, jeg følger med i, ikk'. Det er *Felicity*¹⁴⁰ og det er *Venner* og *Ally*¹⁴¹, og så også nogle

¹⁴⁰ Amerikansk tv-serie i 84 afsnit, sendt på WB Television i primetime fra 1998-2002. Handler om en college-studerende pige og hendes liv på universiteter og med familie og venner.

¹⁴¹ *Ally McBeal*, amerikansk tv-show, der kørte på Fox network fra 1997-2002. Handler om en ung advokat og hendes kolleger på et advokatkontor i Boston. I nogle år kørte der en parallel satirisk version af serien – det *kan* have været den, der blev tænkt på under interviewet.

af de der komedieserier som *Sabrina – skolens heks*¹⁴², men det er ikke noget ...*Heksene fra Warren Manor*¹⁴³ også... det er sådan, de der serier der varer en time, tre kvarterer som kommer mest på TV3, ikk', altså dem, dem ser jeg, sådan dér klokken otte, ikk'. Dem følger jeg sådan rigtig med, dem skal jeg se. Men alle de der komedieserier, der kun varer en halv time som der er en milliard af, dem har jeg som regel bare kørende nogle gange. Det er ikke altid jeg ser på dem.”



Figur 28. Jesper A., 6. klasse

X-files har været populær (kult i nogle grupper) blandt unge i store dele af verden fra seriens start i 1995 og med nogle bølgedale og bakketoppe på popularitetsskalaen. Mange af primært drengene i *Globale medier, lokale unge* – undersøgelsen nævner *X-files* som eksempel på spændende tv, som man nødigt går glip af og som kan noget mere end de typiske populære film og tv-serier. De fleste, der 'nævner' *X-files* i deres tegninger, anvender det typiske logo fra serien med *X-files* i stempelform. *X-files* bliver således også en slags varebetegnelse, der genkendes på sit logo.

I denne tegning er den ultimativt gode hyggestund med tv tegnet: hyggelig stue, god lænestol, fjernbetjeningen ved hånden, fodbad (håndklædet er husket), varm drik i kruset og *X-files* på tv. Ikke engang det gode vejr udenfor kan udkonkurrere dette.

¹⁴² *Sabrina the Teenage Witch*. Amerikansk sitcom, der kørte fra 1996-2003. Kørte i Danmark på TV3.

¹⁴³ Amerikansk serie på Warner Bros Television Network, fra 1998-2006, original titel: *Charmed*. Tre – efter nogle sæsoner fire – meget unge og gode hekse bor sammen. De skal bekæmpe det onde i alle former.

Ib Bondebjerg mener, at internationaliseringen af tv-fiktionen (ibid. s.150) har været og er vigtig for den danske tv-fiktion, så dens æstetiske sprog og realistiske ramme ikke stivner. Men ser man på de **danske tv-serier**, som deltagerne nævner, er det ikke kun de eksperimenterende serier, der tager udfordringer fra Panduro, Fassbinder, Potter og Bergman op, men de, der netop bliver indenfor genkendelsen af realisme og humor, enten i den overvejende danske tradition eller i nye eksperimenter med at kombinere populære former og genrer med danske produktionsvilkår og fiktionstraditioner. Det gælder for eksempel *Edderkoppen* og *Taxa* som tv-serier eller *Hvide Løgne* som soap og *Madsen og Co* som sitcom. I tiden efter at projektets undersøgelse blev foretaget, har vi måske nok set produktioner, der udfordrer det typiske, som for eksempel *Langt fra Las Vegas*¹⁴⁴ og *Klovn*¹⁴⁵, men der er kun få i undersøgelsen, som nævner forgængere som *Casper* og *Mandrilftalen*¹⁴⁶. Der er oplagt at slutte fra interviewene, at de færreste er glade for eksperimenter med form og indhold, selvom mange godt kan lide det grænseoverskridende i det genkendelige.

Samlingspunkter blandt undersøgelsesdeltagerne ses især i små klynger af deltagere, som er enige om enkelte programmer, som de kan lide eller ikke lide, både når det gælder amerikanske og danske serier. Det er kun ganske få af deltagerne, der ikke har en masse erfaringer at bidrage med, men for eksempel 12årige Arne fra Tinglev har set *Matador*¹⁴⁷ én gang, og finder serien gammeldags og kedeligt. Men han ser heller ikke så mange andre serier.

Andre af deltagerne har andre erfaringer med **de "klassiske" danske tv-serier**. Karina siger på vegne af pigerne fra 9. klasse i Lyngby, at "Den eneste danske serie vi har set som så er genudsendt det er *Matador*. Det er sådan en klassiker." Louise har et særligt forhold til *Matador*.

For det første så siger min farmor og farfar der er opvokset i Kalundborg, de siger det var præcis sådan et samfund, at der var sådan en overordnet familie. De var bare sådan konge og dronning i den by, og så var der nogle der kom til Kalundborg og så pludselig begyndt at vokse op. Og der var bare de vildeste intriger, som alle fulgte med i. Selv de små arbejdere, der arbejdede rundt omkring, de fulgte med i hvad der skete der, hos øh bankfamilien. Ja det var så ikke en bankfamilie, det var et eller andet andet... Det var i hvert tilfælde en stor familie og så med nye... Det synes jeg, det, det er meget fascinerende.

¹⁴⁴ Dansk sitcom, der kørte på TV2 Zulu fra 2001-03, med flere genoptagelser. Skabt af Frank Hvam og Casper Christensen. Serien foregår på tv-stationen Jump-Start og man følger de ansattes hverdag på godt og ondt. Lige som *Klovn* var *Langt fra Las Vegas* umådeligt populære blandt yngre danskere.

¹⁴⁵ Dansk sitcom på TV2 Zulu, fra 2005. Er i gang med sidste sæson. Casper Christensen, som også står bag mange af de andre danske satire og komedieprogrammer, der nævnes, har opfundet og skrevet *Klovn* sammen med Frank Hvam.

¹⁴⁶ Dansk satire program sendt på DR2 fra 1999-2003 i 67 afsnit, opfundet af Casper Christensen, som også har en af hovedrollerne. En lang række andre danske komikere deltager løbende. Programmet satiriserede, som regel på absurd vis, over aktuelle begivenheder og personer.

¹⁴⁷ Dansk tv-serie sendt på DR1 fra 1978-81 i 28 afsnit – siden genudsendt adskillige gange og udgivet samlet på dvd. Serien er skrevet af Lise Nørgaard og en række andre forfattere og er instrueret af Henning Balling. Historien foregår i perioden 1929-47, primært i en mindre dansk provinsby, med udgangspunkt i to førende familier og de personer, der forbindes med familierne. Serien er realistisk, historisk dokumentation og humoristisk og med et persongalleri, som man kommer til at kende over tid.

Pigerne i niende klasse i Lyngby diskuterer, om man for eksempel bliver klogere af at se *Matador*. Jeannette siger: "Man får noget indblik i, hvordan de levede den gang, og hvordan altså, folk blev ophidset og konflikten var den sådan den gang, hvad var nok til at ryste sådan en hel by og sådan noget så (pause) det synes jeg (pause), så samtidig er det god underholdning. Men jeg synes man bliver klogere af det altså." Selvom undersøgelsesdeltagerne synes, at den tid, *Matador* fortæller om, ligger uendeligt langt tilbage, er der alligevel mulighed for at etablere en fælles forståelse – uanset hvor interessant, man finder serien – baseret på en fælles kollektiv historisk fortid, genfortalt af ældre familiemedlemmer og til stadighed holdt ved lige af medier og skole osv. som en tid, man kunne lære noget af. I realiteten finder der en temmelig kraftig national forankring sted gennem den danske tv-fiktion.

De 16årige piger i Lyngby reflekterer dernæst over, hvad det er for en slags viden, man får gennem serier i det hele taget og finder frem til, at det nok mest handler om "menneskeindblik". Karina siger: "Jeg tror også mere at serier er menneskeindblik end det er sådan faglig viden, det tror jeg lige. ... Det er sådan lidt mere hvordan folk de tackler en situation og hvordan ... jeg synes de der amerikanske serier, der er det meget sådan at, nogen de er altså bare dumme, og så er der bare nogle der er de søde, ikke. Der er det sådan lidt for meget, sådan." Karina er med andre ord træt af stereotype fremstillinger af personer i serierne.

Matador fylder en del i interviewene under emnet tv-serier, men der nævnes også andre eksempler på danske serier, der beskæftiger sig med tidligere historiske perioder eller nutidige miljøer. For eksempel glæder 15årige Marie fra Nørrebro glæder sig til at se *Edderkoppen*, fordi hun har set noget af et dokumentarprogram om serien og derfor kender noget til den virkelige historie fra 1940'erne, der ligger bag. Nogle af pigerne i niende klasse i Lyngby så også *Strisser På Samsø*¹⁴⁸ og syntes at den "egentlig også var meget sød". Karina synes, at den er typisk dansk: "Jeg tror hvis den havde været amerikansk, så havde den heddet noget andet, og hvis de havde snakket amerikansk, så havde jeg skippet den for længst, ik'? Men nu var den dansk, så må man lige give det en chance, ikke." Man kan sige, at nogle af undersøgelsesdeltagerne har en ambition om at være solidarisk med danske produktioner, også når man ikke har forventninger til at få en optimal oplevelse. Her ses et eksempel på, at genkendelse og autenticitet i forhold til en dansk kontekst kan fastholde i hvert fald nogle af de unge seere.

En af de fiktionsserier, som var meget populær på undersøgelsestidspunktet var *Taxa*. Pigerne i niende klasse på Nørrebro har forskellige holdninger til *Taxa*. Mette kunne ikke lide den, fordi hun ikke kunne lide de personer, der var med i serien: "fordi jeg synes at for at man skal følge med i en serie, så skal der i hvert fald mindst være én person som man,

¹⁴⁸ Dansk tv-krimiserie i 12 afsnit, sendt på TV2 fra 1997-98. En politimand flytter med sin datter til Samsø efter at have mistet sin kone. Mødet med lokalbefolkningen og miljøet blandes med kriminalsagerne og opklaringen af dem. Serien blev en kæmpe-succes og blev efterfulgt af mange andre danske krimier.

som man synes at..." Kristine derimod kunne godt lide serien, men ikke specielt på grund af de rigtige personer eller temaerne: "Jamen, jeg synes den var ... det var *dansk*, ikke også, og så var det faktisk... jeg synes den var meget godt lavet af en *dansk* serie, fordi danske serier de plejer ikke at være så gode, synes jeg."

Pigerne i niende klasse i Tinglev kan godt lide *Taxa*, især fordi de synes, at den er realistisk: "Jo, fordi, det kan jo også ske i virkeligheden ... eller det er en eller anden gang hvor de har snakket med en rigtig taxachauffør og de siger jo at det er sådan i virkeligheden. Så er det bare spændende at se hvordan det er. For der sker jo rigtig meget i den ". Nogle af pigerne i niende klasse i Lyngby har også set *Taxa*. Især kunne Karina godt lide den:

Den var bare god altså. Skuespillerne var gode og så den var også sjov nogen gange og den var sådan meget, meget stille og rolig meget almindelig, og så nogen gange skete der nogle ting, så man sådan tænkte ok, fedt nok, altså. Så jeg synes hele ideen med den var meget god. Men altså, hjemme hos mig der er det også sådan, der så vi også Bryggeren¹⁴⁹ og Matador og den der Edderkoppen der kører nu, den prøver jeg også at følge med i. Jeg synes den er sådan lidt ... (andre afbryder). Jeg synes hver gang der er noget dansk, hver gang danskerne tager sig sammen til at lave en serie, så må man også støtte det, altså. For jeg synes egentlig danskerne sådan generelt er meget gode til at lave det hvis de gør (pause) tager sig lidt sammen.

For Karina indgår *Taxa* altså i et større repertoire af danske produktioner, som de ser i hendes familie. Ligesom pigerne i Tinglev synes 15årige Ane fra Lyngby, at *Taxa* var ganske god på grund af sine hverdagstemaer: "Altså det er sådan man ser en sådan hverdag på en eller anden *Taxa* øh Taxafirma der og problemer der kommer ind imellem og øh, det synes jeg er meget spændende. Selvfølgelig så er der mange af tingene, som er der er meget overdrevet, og som slet ikke kunne ske i virkeligheden. Øhm men jo den var god. Til sidst blev det lidt for meget, hvor de blev ved med at køre med den ..." 12årige Jesper B fra Lyngby kunne også ret godt lide *Taxa*, da han så nogle afsnit – han kunne godt lide, at det foregik i København, så man kunne se det og genkende stederne. Desuden mener han, at seriens skuespillere var rigtigt gode. Men der er dog noget særligt dansk over både filmen og skuespillerne, der efter hans mening ville betyde, at den nok ikke ville kunne sælges til USA: "Nej, det tror jeg ikke, for de er så vant til at folk bliver myrdede og alle mulige underlige ting." Vi kan altså tilsyneladende ikke leve op til international standard – heller ikke med hensyn til fiktive myrderier ...

12årige Signe og Anna fra Nørrebro betragter voldsperspektivet fra en lidt anden vinkel. De synes begge to, at *Taxa* er fuld af vold og voldtægt. De er til gengæld også enige om, at hvis det var en amerikansk serie, så havde den "været meget værre" både på grund af volden, men også på grund af de moralske overtoner. Anna uddyber: "Jeg synes for det meste, at amerikanske film de er meget, hvad skal man sige, øh, de er meget etiske, tror jeg nok det hedder eller sådan noget. Altså, de gør mere ud at etik og moral og sådan noget,

¹⁴⁹ Dansk tv-serie på DR1, der blev sendt i 12 afsnit i 1996. Serien handlede om [Carlsbergs](#) stifter [J.C. Jacobsen](#) og hans familie, i perioden 1834-87.

øh, i forhold til hvad danskerne gør. Sådan noget med: mord er slemt!, voldtægt er slemt!, øh, næstekærlighed er godt og sådan noget (ler). Det er lidt for helligt, ikk', på et eller andet punkt samtidig med det er utrolig overfladisk eller *Ricki Lake*¹⁵⁰ - agtigt, ikk', altså." Lige dette punkt i interviewet er meget interessant, fordi en af de meget unge deltagere slutter på tværs af forskellige genrer og produktioner og generaliserer over det, hun mener, er karakteristisk for amerikansk kultur, og for, hvordan dette kommer til udtryk i fiktionen. Eftersom hun ikke bryder sig om at se den slags amerikanske produktioner, udtrykker hun faktisk, at hun ikke kan lide den potentielle påvirkning, hun og andre får gennem (nogle af) de amerikanske serier og film.

Også 12årige Johs fra Tinglev synes, at *Taxa* er voldeligt og temmelig realistisk: "Og så sker det også sådan lidt i virkeligheden ... Sådan med muslimske og tyrkere og sådan noget." På spørgsmålet om det er godt, at serien handler om virkeligheden, svarer han: "Nogle gange, jeg synes, det er sådan begge dele." Noget kunne tyde på, at visse problemstillinger er vanskelige at forholde sig til, når man i det daglige er langt væk fra dem. Det gælder for eksempel netop spørgsmålet om indvandrere, som deltagerne i Tinglev har vanskeligt ved at forholde sig til, fordi der stort set ikke bor indvandrere i Tinglev og omegn. Men for at være positiv over for den danske serie skynder Johs sig at tilføje, at skuespillerne er gode ...

Men hvordan kan man tolke disse blandede oplevelser af dansk tv-fiktion, som tydeligvis på tværs af grupperne udtrykker et had-kærlighedsforhold til danske serier, og samtidig giver stof til refleksion på flere niveauer. Morley og Robins mener, at de nationalt producerede serier repræsenterer "the centrality of the idea of Heimat" (Morley and Robins 1995, med en reference til den tyske serie af samme navn) som svar på især de amerikanske serier. De danske serier som *Matador*, *Edderkoppen*, *Taxa* (senere andre) samt en række danske film har denne rolle i Danmark jævnfør Morley og Robins konklusion. Den nationalt producerede fiktion fremstiller en verden i en særlig kulturel kontekst, der lægger op til forankring og genkendelse og forestillede fællesskaber, som kan skabe en følelse af fællesskab og tilhørsforhold. Ib Bondebjerg har samme opfattelse. Han skriver i et kapitel i *Analyser af tv og tv-kultur* fra 1991: "Lige meget, hvor langt vi går tilbage i dansk tv-fiktions historie har dansk tv-fiktion tilsyneladende indgået en kontrakt med sine modtagere, hvor hverdagsrealismens former og genrer sammen med komikkens former og genrer har været det altafgørende og bærende." Dette gælder imidlertid også frem i tiden, idet deltagerne i undersøgelsen netop lægger vægt på genkendelse af hverdagen i form af tematik, steder og humor, enten indbygget i hverdagsrealismen – hvilket for eksempel *Matador* er et fint eksempel på

¹⁵⁰ Populært amerikansk talkshow fra 1993-2004, opkaldt efter showets vært, skuespilleren Ricki Lake. Showet havde fokus på de personlige problemer af enhver art den almindelige amerikaner kunne tænkes at have. Showet var også kendt for et publikum, der talte rimeligt råt, og for Ricki Lakes kontante udmeldinger og forslag til løsninger af problemer.

– eller i form af underholdningsprogrammer, der bliver indforståede i sin danske referenceramme.

Adaptation af koncepter, genrer og programformater er en vanskelig proces. Selvom man for eksempel i versioneringen af en tv-serie kan efterligne det oprindelige univers og den oprindelige tematik, stil og dramatiske opbygning og selvom man følger samme produktionsplan og –form er det langt vanskeligere forhold, der skal tages i betragtning, hvis et koncept eller format skal plantes om i en ny kulturel kontekst. Og historien har ofte vist, at selv mellem lande, der mener at dele opfattelser af kultur og kommunikation i en vis grad, er det vanskeligt at ramme rigtigt på alle parametre, så produktet både er genkendeligt inden for sin genre og format, og kan genkendes som udtryk for den nye kulturelle kontekst, den skal optræde i. Dette er der adskillige af undersøgelsesdeltagerne, der peger på. Flere diskutere, om det kunne lade sig gøre at lave en dansk ungdomsserie, der kan det samme som *Beverly*, men der er ikke megen tiltro til det.

Drama-serier og sitcoms giver, som det var tilfældet med *Beverly Hills*, kerneseerne en forestilling om indblik i relationer mellem mennesker, typiske problemer og konflikter, samt genkendelige universer og personer (både som typer i den specifikke serie og fra serie til serie). Serierne trækker endvidere på en række træk fra melodrama og komedie, der gør, at vi altid kan genkende det, vi ser (Karen Klitgaard Povlsen 1999). Pigerne i niende klasse i Tinglev tror på en måde godt, at man kunne lave en serie, der var ligeså god som *Beverly*, - måske hvis man kunne få skuespillerne fra *Kærlighed ved første hik* med - men indtil videre er det ikke rigtig lykkedes, synes de. 16årige Sanne siger, at der jo har været forsøg på at lave *Beverly* eller en tilsvarende amerikansk serie på dansk, men uden større held: ”Ja, det har de også prøvet at gøre med *Hvide løgne* dér, der er der jo også mange unge med jo. Men jeg synes bare ikke.. det virker bare sådan lidt amatøragtigt.” Denne holdning deles af nogle af pigerne i niende klasse på Nørrebro. Monika synes ganske vist, at den er meget god, men mest fordi hun sidder sammen med sin mor og sin lillebror og lillesøster hver aften og ser den. Marie synes imidlertid, at det bare er sådan noget wannabe et eller andet amerikansk. Og Julie er også meget kritisk: ”Ej, jeg synes det er så dårligt. Danske serier er sjældent gode, synes jeg... altså danske programmer og sådan noget - ligesom *Lex og Klatten* ikke også – det kan være meget sjovt, synes jeg. Men *serier*, hvor det er sådan noget med at man følger nogle personers liv. Jeg har *aldrig* set noget dansk, som har været vildt godt.”

Piger i sjette klasse på Nørrebro synes heller ikke om *Hvide Løgne*: 12årige Sukran kan ikke lide den, fordi den er for *Glamour*¹⁵¹-agtig, siger hun, men hun ved ikke, hvorfor hun synes det – hendes oplevelse bliver heller ikke bedre af, at hun generelt ikke ser danske serier. Her får hun hjælp af Michelle på 12, som forklarer, hvorfor *Hvide Løgne* ligner *Gla-*

¹⁵¹ Amerikansk tv-soap, der startede i 1987 i USA og til i dag. Startede med at blive vist i 1990 i Danmark på Kanal 2, men vises nu på kanal 4. Serien handler om personerne i to modefirmaer, der konkurrerer. Der vises et nyt afsnit hver dag undtagen i weekenden.

mour – efter modvilligt at have indrømmet, at hun nogle gange ser lidt hvis hun zapper lidt: "fordi at så er... en af dem har, Oliver eller en eller anden, har gjort en eller anden gravid, og... (leen i baggrunden) fordi de var fulde eller sådan noget, og så... så har de en anden kæreste og så skal de flytte sammen og sådan noget. Og alle mulige hemmeligheder og alt muligt forfærdeligt." Signe er enig i at det er en rædsom serie og synes, at "hendes andre serier" (de mest populære amerikanske dramaserier og sitcoms) er bedre. Men hun kan ikke umiddelbart forklare hvorfor på spørgsmålet om, hvad forskellen er på *Hvide løgne* og på de amerikanske serier, de ser. Hun mener, at der måske er lidt mere spænding i de amerikanske. Til gengæld mener Anna, at det nok kan være måden, den er lavet på og historien. Desuden er det også skuespillerne:

Det er nok, at de danske og de amerikanske spiller fuldstændig anderledes. [Iarm] Også sådan som det er bygget op. Michelle tilføjer, at "altså det eneste, jeg synes er anderledes ved den det er nok bare, at den er dansk. Ja, altså jeg ville synes der var meget mere anderledes ved den, men når jeg tænker mig om, så tror jeg bare at det er at den er dansk. Ellers så synes jeg bare den er sådan plat, ligesom Glamour.

Anne afslutter med en interessant betragtning, hvor hun sammenligner den danske soap med dogmefilm: "De spiller dårligt ligesom i de amerikanske serier, altså. Jeg flover mig faktisk lidt over at være Københavner nu vi skal være så realistiske og dogme-agtige her på Nørrebro, at vi så udsender sådan nogle serier. Det er flovt (ler)." Det er en god pointe, at Anne faktisk har ambitioner på dansk fiktions vegne og i hvert fald ikke kunne tænke sig at eksportere for eksempel *Hvide Løgne*, fordi den er så dårlig. Også i forhold til danske forsøg på at lave sitcoms, er kritikken hård, i de tilfælde, hvor serierne alt for tydeligt kopierer formater og stiltræk fra de amerikanske forbilleder.

Også i forhold til tv-serier er **betydningen af sprog** til stede. For eksempel er det for 12årige Michelle fra Nørrebro i høj grad sproget, der er afgørende for, om hun kan lide bestemte film og serier. For eksempel ser hun ikke *Saint-Tropez*¹⁵²: "Jeg anede slet ikke den kom der, og jeg har det også sådan noget med, altså... Jamen, jeg tror det er fordi jeg er vant til at se dansk, eller mest sådan amerikansk og engelsk, og så synes jeg bare det der... altså så fransk, det er bare "gå hjem og vug!" (latter)." Michelle har set noget af serien og syntes egentlig ikke, at den var spor anderledes end de serier, hun plejer at se: "jeg opfattede det som om det var anderledes, fordi det foregik i Frankrig. Altså ikke i en anden kul... eller jo, men ... bare sådan i et andet land et eller andet med noget sprog." Der er ikke alle, der afviser serier fra andre lande alene ud fra deres oprindelse og sproget. Faktisk er der ikke nogen af deltagerne, der har kunnet give en god forklaring på, hvordan for eksempel en af de populære franske serier adskiller sig fra en af de populære amerikanske. Formatet er ganske enkelt ens, selvom sprog og lokalitet ikke er. Pigerne fra 9. klasse

¹⁵² Fransk tv-drama/soap-serie. Rigtige titel: *Sous Le Soleil*. Startede i 1996 og har mere end 350 afsnit nu. Kørte på TV3 fra 1999-2008. Serien handler om tre kvinder og deres sorger og glæder, med udgangspunkt i den sydfranske by Saint Tropez.

på Nørrebro har ikke noget imod at se serier fra andre lande, men de har problemer enten med dårlige oversættelser eller med sprog de ikke kan lide høre på:

Julie: Ja, det er sådan.. de oversætter sådan slangordene anderledes, ikk', for eksempel i South Park, så oversætter de "fuck", det oversætter de til "fandeme" eller sådan noget, ikke også, og det er jo overhovedet "fuck", det er jo et meget slemmere ord for, for amerikanerne end "fandeme" det er for os, ikk', så sådan... Nej, så jeg kan bedre lide at se South Park uden undertekster for eksempel.

G: Hvad betyder det. At det er på engelsk?

Monika: Jamen, jeg synes de er gode simpelthen, men alligevel. Hvis man ser en eller anden fransk... tysk film, så skruer jeg altså ned for lyden helt og ser hvad (der spiller???)...

Julie: Tysk – jeg kan ikke tage det sprog seriøst (ler). Det kan jeg slet ikke.

Monika: Hvis der er en rigtig god film, så skruer jeg heelt ned for lyden, så jeg ikke kan høre dem. Så læser jeg underteksterne.

På den anden side udfordrer resultaterne fra den danske undersøgelse såvel Morans som Morley og Robins konklusion om, at bare der er nationalt producerede serier på nationalsproget, så foretrækkes det langt af størstedelen af seerne (Moran 2000; Morley and Robins 1995). Undersøgelsesdeltagerne er ganske vist positivt indstillede overfor danske tv-serier og andre programmer, men kun hvis de opfylder en række krav til kvalitet, som den defineres af de unge: teknisk og fortællemæssig kvalitet, vedkommende, realisme i forhold til dansk kulturel identifikation, humor, kendte lokaliteter, kendte skuespillere og godt skuespil. Det vil sige, som vi har set ovenfor: ikke alt dansk tv er per se populært i gruppen. Solidariteten med danske produktioner er imidlertid relativt stærk blandt undersøgelsesdeltagerne, i de tilfælde, hvor der så findes en genkendelsesfaktor, der helt klart er med til at bestemme en dansk produktion som en repræsentation af en det danske og som dansk tv-kultur. Disse former for nationalt tv og film, vurderes som langt mere interessante end efterligninger af udenlandske genre-koncepter.

Flere af undersøgelsesdeltagerne er principielt positive over for at få og se **TV fiktion fra andre lande**, blandt andet fordi det vil være en god måde at se mere til andre lande på i lighed med overvejelserne omkring film fra andre lande. For eksempel siger 12årige Kristoffer fra Kolding, at man får et lille indtryk (forstået som bedre end ingenting) ved at se serier fra forskellige steder i verden). Men bortset fra, at nogle af deltagerne fra Tinglev og Kolding ser en del tysk tv og tyske serier, er det meget få eksempler på serier fra lande uden for USA og Danmark, der nævnes under interviewene.

Jesper B sjette klasse i Lyngby har set en fransk/amerikansk serie, *Ronin*¹⁵³, om lejesoldater, som var ok. Til gengæld synes han, at både *Beverly Hills* og *Saint Tropez* er dårlig, ikke fordi sidstnævnte er fransk, men: "Næ, de har altid.. de har den samme ansigtsmimik alle

¹⁵³ Ronin Warriors. Amerikansk version af den japanske anime serie *Yoroiden Samurai Troopers*. Sendt fra 1988-89 første gang, siden genudsendt og på dvd.

sammen, og de er ligesom *Beverly* osse, de har også alle sammen den samme ansigtsmik. Den er dårligere end *Beverly*." Jakob fra samme klasse har set den franske serie *Nikita*¹⁵⁴, som han synes er halvkedelig nogle gange: "Jo, men det er jo bare sådan at hun sidder og græder og sådan noget og alle mulige mærkelige ting, og der er nogen, der står og skælder hende ud og sådan noget." Nogle af pigerne i 9. klasse i Tinglev ser *Saint Tropez*, blandt andet fordi den kommer lige før *Beverly*. De synes, at *Saint Tropez* er meget anderledes end *Beverly*, ikke kun fordi den er fransk, men også fordi den bliver fortalt på en anden måde. Christina og Elise synes, at den er svær at følge med i, blandt andet fordi den er fransk men ikke kun: "jeg tror mere det er fordi den har forskellig handling fra gang til gang, eller sådan noget faktisk." 12årige Regitze fra Tinglev er mere åben over for ikke danske og amerikanske serier end de fleste, og hun synes overhovedet ikke, at det gør noget, at serien er fransk. Hun bliver ganske enkelt tiltrukket af historien og personerne:

Jeg er sådan set ligeglad [med at serien er fransk, GS]. Det er bare hvad det øh, handler om. Ja, det handler jo om øh, sådan en fransk, by, de har sådan en bar på stranden, og så er der nogen gange nogen, der bliver kærester, og så siger de op igen og så får de en masse problemer hele tiden så. Så er der også nogen gange nogen, der bliver slået ihjel. det er kun hvis der er øh, sådan nogle øhm, musikere med, og så var der en, der var blevet misundelig på ham, dem der, og så havde han slået den ene ihjel.

Når Regitze fortæller om, hvad serien handler om, lyder det i høj grad som Beverly Hills eller en af de andre serier, bortset fra, at hun mener, at målgruppen er 18-25 år, hvilket er lidt ældre end kernegruppen for eksempelvis Beverly Hills.

Deltagerne i undersøgelsen er helt gennemgående meget glade for **humor og satire**, dels i form af egentlige satire programmer eller som et uundværligt element i fiktionsserier. Og dette er et område, hvor genkendelighed og kultur træder frem. For de fleste er det, der kaldes en særlig form for dansk humor, i orden, ja faktisk uundværlig som garant for kvalitet i danske tv-serier og -underholdning. Eksempler på traditionel satire, som blandt andet har en meget lang tradition i Danmarks Radio er *Søs og Kirsten: Kongeriget*. Denne type satire gør grin med den danske selvforståelse og dansk kultur, på en direkte men solidarisk måde. Det samme kan man sige, at programmer som *Casper Christensen og Mandril-aftalen* og til dels *Lex og Klatten* og *Det Brune Punktum*¹⁵⁵ gør, men med en grad af det enten absurde og avantgardistiske eller det pinligt grænseoverskridende. I begge former pirker satiren til den kollektive selvtilfredshed.

Amerikansk satire som *Simpsons*¹⁵⁶ eller *South Park* (de hyppigst nævnte), der i animationsform spidder kendte personer, begivenheder og steder, gør det samme i forhold til det

¹⁵⁴ Original titel *La Femme Nikita*. Canadisk drama/spion-serie i afsnit, baseret på Luc Bessons franske film. Serien kørte fra 1997-2001.

¹⁵⁵ Dansk satiregruppe bestående af de samme som Lex og Klatten minus Paprika Steen. Gruppen lavede to shows i 1999 og 2002, hvorfra nogle af sangene er blevet meget kendte i Danmark, ikke mindst via tv.

¹⁵⁶

sædvanlige velkendte amerikanske univers. Men hvorfor er *South Park*, *Simpsons* og andre serier sjove for (unge) danskere? Fordi de gør grin med Amerika og amerikanerne? Ikke nødvendigvis, selvom forståelsen af humoren forudsætter kendskab til amerikansk kultur (i udvalgt). Hvis man ser på, hvem af deltagerne i undersøgelsen, der synes bedst om *Simpsons* og især *South Park*, skulle man måske tro, at det især er drengene, der dyrker det bizarre, overdrevne, skæve, frække, sjofle, og som godt kan lide at få sat det umoralske på spidsen. Men for eksempel er der lige mange piger og drenge, der nævner *South Park* og et par piger, der nævner *Simpsons* i spørgeskemaundersøgelsen. Serierne beskrives ikke som direkte samfundskritiske i første omgang, men er måske alligevel med til at modificere glorificeringen (på forskellige niveauer) af 'det amerikanske'? Herigennem kan de unge danske seere også reflektere over egen kultur og identitet. Dansk humor/satire har samme funktion i en lokal kontekst, og knytter sig også til selvironien som sund øvelse og som Jantelovspraksis.

Anna på 12 år fra Nørrebro synes, at *South Park* er sjov, fordi de tillader sig at gøre grin med ret meget. Men hun ser primært serien som tidsfordriv. Desuden ser hun *Spin City*, som er den eneste serie, hun kan lide – hun synes at den er meget sød på grund af Michael J. Fox og hverdagslivet på New Yorks borgmesterkontor. Også *Spin City* er en satire serie, men i en typisk sitcom variation, hvor der løbende bygges op til større eller mindre grin på de forskellige personers bekostning, men sjældent i en absurd eller meget grænseoverskridende form.

12årige Torsten fra Tinglev synes at *The Simpsons* er sjov, men kan, i lighed med mange af de andre deltagere, ikke give nogen konkret forklaring på det. Men drengene i sjette klasse på Nørrebro forsøger sig med nogle argumenter: de synes alle fire, at *Simpsons* og *South Park* er enormt morsomme. I *South Park* især på grund af satiren, hvor de kan glæde sig over at genkende figurer og emner fra andre populære produktioner. Yasir siger for eksempel, at de gør grin med nogle, som er kendte: "Sådan som, hvad hedder han, Jay Leno, ikk'. I *South Park* har de tegnet ham med en enorm hage, og jeg ved ikke hvor meget... så er der også i, jeg kan ikke huske hvad navnet ... en af børnenes hund, bøssehund, ikk', og jeg ved ikke hvad. De laver rigtig meget sjov med dem." Både den danske og den amerikanske satire kræver tydeligvis kendskab til en række andre fiktions- og underholdningsprogrammer og til aktuelle begivenheder og personer. Når dette virker i forhold til de amerikanske serier, giver det tilsyneladende et ekstra kick.

15årige Peter fra Kolding er endnu mere interesseret i det grænseoverskridende og absurde end de andre, der kan lide satire-programmer. Peter ser ikke almindelige ungdomsserier eller sitcoms, men: "Ja, det er nok også *South Park*. Sådan noget kult noget. Sådan der gerne må være lidt langt ude. *Kasper og Mandrillen* og sådan (griner)." Der er ikke så mange deltagere, der bruger begrebet "kult", sådan som Peter gør det, men han vil altså gerne markere, at han går efter det særlige.

Diskussionen om de forskellige satireprogrammer udløser i nogle af interviewgrupperne overvejelser omkring, hvad god og dårlig humor er. For eksempel erkender 16årige Ulli fra Kolding, at folks smag er forskellig, men: "Der er mange der har utrolig dårlig humor (pause). Så er der mange der synes det er plad den humor som mig og Peter har. Vi kan godt lide at se Mandrillen. Og *Lex og Klatten*. Men der er utrolig mange mennesker der synes at det øh, ... jeg tror de tager livet for alvorligt (pause) på nogle punkter altså." På spørgsmålet om, hvorfor sådan noget som *Lex og Klatten* og *Det Brune Punktum* er morsomt, svarer Peter: "*Søs og Kirsten* når de gør grin med andre folk, altså man kan genkende sig selv i det, ik'?"

Peter ved ikke rigtigt, om man kan kalde *Mandrillen*, *Lex og Klatten* og *Det Brune Punktum* for dansk humor for, hvis noget skal kunne defineres som dansk humor, skal det vel være populært blandt danskere, og det tror Peter ikke, det er: "Altså uanset hvem jeg snakker med, næsten, så kan de ikke lide det. Så synes de nej det er fandeme også noget lort." Generelt mener Peter, at dansk satire, også i stil med *Søs og Kirsten*, godt kan give en noget at tænke over:

For eksempel der var den der med festivalen der med Søs og Kirsten der gik rundt på den der festival. Man kunne godt genkende noget af det. ... Det er så godt lavet. Det er så sjovt. Altså det hele kan jeg godt lide. Og så hende damen der står i militærtøjet 'arh, det går stille hernede på post 4'. Jeg synes det er så godt, fordi at de tror virkelig at de er noget og de er ikke en skid, de skal bare få nogle biler kørt igennem. De tror virkelig de er noget ik'å.

Drengene i niende klasse i Kolding diskuterer også forskellene på dansk, engelsk og amerikansk humor. Rasmus synes, at amerikansk humor er som Amerika: "Jeg synes netop det er somme tider når amerikanerne laver humor, så er det meget større. Altså, de overdriver virkelig. Det er ligesom Amerika, ikke (griner)." Peter tilføjer, at han synes, at "den danske humor minder mere om den engelske humor. Det er, når England ... de holder sig også nede på det der plan (pause). Og *Mandrillen* det.. Hvor amerikanerne de skal helt op og gøre alt så stort, overdramatisere det hele." Drengene synes generelt, at engelsk humor (de nævner *Benny Hill*¹⁵⁷) er sjovt, men de har svært ved at forestille sig at de skulle se fransk eller tysk humor på samme måde. Kun Rasmus siger, at han har set lidt, men at man skal kunne noget tysk for at følge med, det dur ikke med undertekster til humor. Der ses altså her en opfattelse af, at humor i høj grad er kulturelt forankret, og at man skal have de rigtige kompetencer for at kunne forstå den, for eksempel sproget, men også kendskab til de referencerammer, humoren udspiller sig indenfor. Så selvom mange af undersøgelsesdeltagerne egentlig har en ret klar opfattelse af forskellene mellem for eksempel dansk og amerikansk humor, så er det for de fleste lettere at forstå amerikansk humor end tilsva-

¹⁵⁷ Britisk komedieserie – satirisk show, opkaldt efter hovedpersonen Alfred "Benny" Hill. BBC producerede og udsendte 58 shows fra 1969-1989. Benny Hill døde i 1992, og det er stadige genudsendelser af de gamle programmer, der jævnligt genudsendes på danske tv-kanaler, senest på TV3+ og TV Charlie.

rende programmer på fransk eller tysk, fordi de kulturelle, herunder sproglige og intertekstuelle koder i højere grad bemestres.



Figur 29 Ulli, 9. klasse.

Tv-seningen nydes på langs med letmælk indenfor rækkevidde. Tegningen fortæller, at Ulli finder Casper og Mandril-aftalen (med mandrillen/aben) umådelig morsom, jævnfør den store taleboble med mange gang "Ha". I interviewet har Ulli lidt svært ved at præcisere hvorfor, Casper og Mandrilaftalen er så vanvittigt morsomt. Det er vanskeligt at sætte ord på, udover at "det er for morsomt":

Ulli: Jeg sidder ikke og tænker over om der er en dybere mening [med South Park, GS]

Peter: Altså, jeg griner bare.

Int.: Gælder det samme for det danske, for eksempel Casper og Mandrilaftalen [som Ulli netop havde tegnet på dette tidspunkt under interviewet, GS]

Ulli: Man skal bare have det fedt når man ser det.

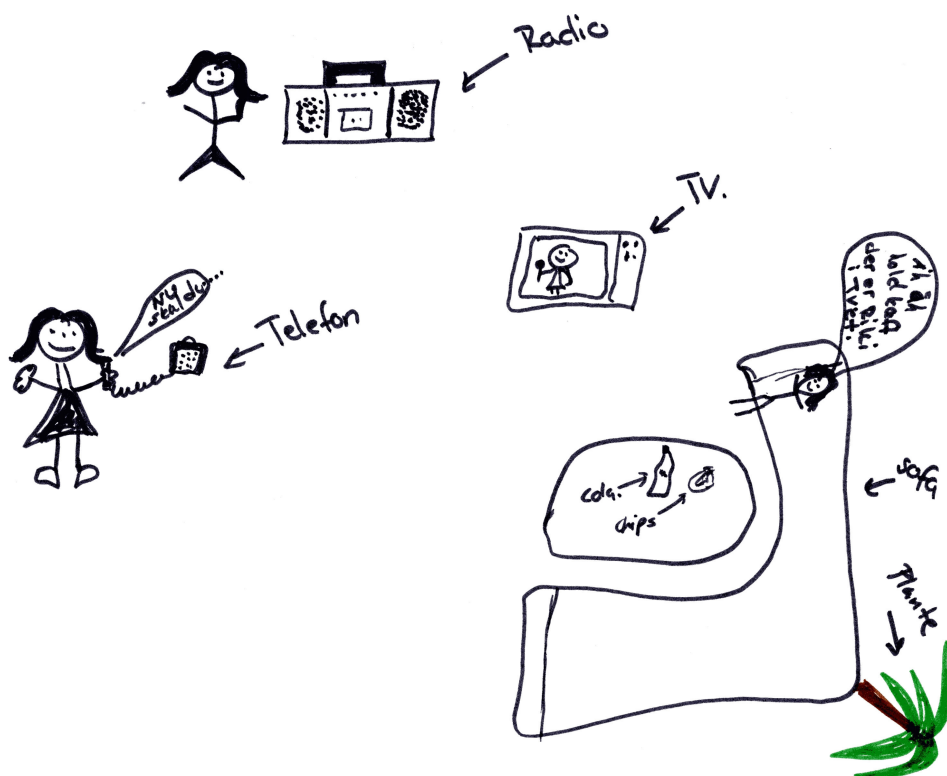
I interviewet siges det dog lidt senere, at man nogle gange kan genkende noget fra de situationer, der gøres grin med, for eksempel fra *Søs og Kirsten*. Dansk humor opleves af de fleste blandt de interviewede som noget særligt, genkendeligt og rammende.

Reality-programmer og **talkshows** hører med deres deltagelse af virkelige personer med levede erfaringer, problemer og følelser gennemæssigt til blandt fakta-programmer (Bruun 2003: 139; Jerslev 2003) og skulle som sådan analyseres under 5.1. I afhandlingens kontekst, det vil sige i forhold til undersøgelsesdeltagernes oplevelser og holdninger, repræsenterer denne type tv-programmer imidlertid en gråzone mellem fakta og fikcionaliseret iscenesættelse. Dels ses denne type programmer afvekslende med forskellige sitcoms og dagserier, dels fremgår det af interviewene, at det i høj grad er underholdningsværdien, der trækker.

I dette afsnit fokuserer jeg på talkshows som eksempel på reality-shows, dels for at skære diskussionen til, dels fordi materialet leverer flest eksempler på deltageres erfaringer med og holdninger til denne genre. Som vi ser af figur 34, benytter 16årige Sandra fra Lyngby Ricki Lake showet til en rigtig hyggestund i sofaen med cola og chips. Flere af deltagerne gør opmærksom på, at de mener, at de forskellige shows er iscenesatte, så de imødekommer seernes forventninger, og som sådan har et element af fiktion. Her støtter jeg mig også til Thompson, der siger at grænserne mellem fikcionaliseret og ikke-fikcionaliseret action nogle gange er vanskelige at trække. Thompson mener, at en stor del af det tv, vi ser i dag (det vil sige 1995 for Thompson) netop hører under fikcionaliseret action, hvor der er tale om fuldt ud "scriptede" programmer, selvom der tilsyneladende er tale om det, vi i dag vil kalde "reality-tv". Ifølge Thompson er fikcionaliseret action "the construction of a story which is fully scripted and which is acted out by individuals who know they are playing a part, speaking the words of a character whom they must construct and convincingly portray, but whom they know to be something other than themselves." (Thompson 1995:108). Ikke mindst deltagelsen af et publikum i en del af denne typer programmer (især talkshows) leder oplevelsen i retning af sitcom, som optages "foran et levende publikum".

En af de få deltagere, der er positiv over for reality tv, er Karen fra niende klasse i Tinglev, der godt kan lide at se Jerry Springer og *Ricki Lake*. Hun har netop set det danske program *Pernilles Univers*¹⁵⁸ – fordi en nabos familie var med. Og her oplevede hun en forskel: "Jo, jeg tror faktisk at det passer mere det, hvad der sker i *Pernilles univers*. Der er meget af det der fra *Ricki Lake*, det skulle ikke passe, altså det skulle bare være noget, de havde fundet på og sådan noget." Denne opfattelse, at de amerikanske talkshows er fuldstændigt iscenesatte, er gennemgående, men Karen er en af de få, der til gengæld synes, at det danske talkshow er mere troværdigt. Det er ikke til at sige ud fra interviewet, om det skyldes, at hun kendte en af deltagerne, eller om det skyldes den reaktion, der også ses blandt deltagerne i forhold til tv-fiktion og humor: at danske programmer er lidt mere neddæmpede og seriøse, mere underspillede – kort sagt, mere danske.

¹⁵⁸ Pernilles Aalund var værtinde på TV3s talkshow *Pernilles Univers* fra 1998 og en del år frem, indtil hun blev vært på Q-tv på TV4. Talkshowet handlede især om kvindespecifikke emner og havde altid kvinder, med "en god historie", såvel de triste som de gode, i studiet.



Figur 30. Sandra, 9. klasse.

Sandra er fan af det amerikanske talkshow *Ricki Lake*. Så meget, at hun siger: "Åh åh, hold kæft, der er Ricki i tv'et", - måske til den, der taler i telefon. Jævnfør interviewet er det sandsynligvis Sandras mor. Hun sladrer åbenbart en del: "Nu skal du (høre)". *Ricki Lake* showet indtages i en rigtig hyggestund med cola og chips – samme scenarie, som man ofte vil kunne se, når det er film eller yndlings-tv-serie, der er på skærmen. *Ricki Lake* er underholdning for de unge seere, selvom flere i undersøgelsen mener, at der bliver diskuteret emner af interesse for alle.

bedømt i medierne). Denne forståelse understøttes delvist af Hanne Bruuns analyse af *Ricki Lakes* betydning for unge piger. Bruun ser *Ricki Lake* show som et særligt fænomen blandt unge piger, som på den ene side fascineres af de konflikter, følelser og moralske dilemmaer, der udspiller sig i showet og af de groteske former for sociale brud, der er et medfølgende vilkår for deltagerne i form af tab af kontrol og ansigt (Bruun 153). Dette er endnu mere udpræget i for eksempel *Jerry Springer show*¹⁵⁹. Nogle af drengene i sjette klasse på Nørrebro ser Jerry Springer, som de finder meget underholdende. De synes godt

¹⁵⁹ Amerikansk talkshow, der er blevet sendt siden 1991 på NBC. Indtil videre er det blevet til godt 3.500 programmer med værten Jerry Springer. Springer fokuserer på dysfunktionelle familier, og det er ofte hårdt medtagne personer med store personlige problemer, der deltager. En del af forventningen til showet er, at det er provokerende, grænseoverskridende og voldsomt.

– på forespørgsel – at man kan blive lidt klogere af at høre om de problemer, der bliver taget op. Men det sjoveste er, når deltagerne begynder at slås.

På den anden side bruges denne type programmer også til kulturel forankring og afklaring gennem sammenligning og distancen til den realitet, der udspiller sig, bliver tydelig for de unge seere. Bruun mener også, at denne type amerikanske reality-shows bruges som en art psykologisk buffer, der forhindrer, at man kommer alt for tæt på og sikrer, at man rent faktisk kan se det som underholdning, med en vis grad af fiktive elementer. (Bruun 2003:146). Denne fortolkning kan sandsynligvis ses som en del af forklaringen på, hvorfor danske talkshows, der efterligner de amerikanske formater, gennemgående opleves som dårlige og uprofessionelle og ligegyldige af undersøgelsesdeltagerne. Hanne Bruuns informanter peger på, at der ikke er tale om rigtige problemer i Synnøves¹⁶⁰, højst tilstræbte konflikter og ligegyldige småting og uinteressante personer. (Bruun 2003: 145)

Anne Sofie og Kira på 15 år (Kolding) ser begge forskellige former for talkshow, og de har lidt blandede holdninger til, hvad de synes om det og hvad de får ud af det. Anne Sofie starter med at tale om *Synnøves*:

Anne Sofie: Jeg synes det er meget godt. De prøver sådan lidt at efterligne det amerikanske, sådan, med humor og sådan.

Int.: Og kan de så det, så de forekommer at være ligesom de amerikanske shows?

Anne Sofie: Nej, det kan de ikke.

Int.: Hvorfor kan de ikke det?

Anne Sofie: Jamen, det ved jeg ikke. Altså, jeg har det bare sådan, det ved jeg ikke. Det har de bare ikke i Synnøves...

Kira: Jeg ser Pernilles Univers, det synes jeg er spændende. ... (rømmer sig). Det er den måde de laver det på. Jeg er ikke så vild med Jerry Springer og sådan noget. Men det er egentlig meget sjovt at se, når de slås (griner).

Int.: Hvad handler det om?

Kira: Jamen, det er sådan et emne de tager op, og så sidder de og snakker om dem, og så er det bare sådan noget med at de slås og sådan noget. Det gør de jo ikke... (pause).

Pigerne i sjette klasse på Nørrebro synes generelt, at talkshows er dumme – de finder kollektivt *Ricki Lake* og *Jerry Springer* så idiotiske, at det er sjovt. Men samtidig er det næsten også pinligt, både med de ting, der tages op og den måde, både deltagerne og studieværterne opfører sig på. Blandt drengene er det Jerry Springer, der vækker mest interesse – men

¹⁶⁰ Synnøves var et talkshow med Synnøve Søe, der første gang kørte på TV3 fra 1992 et årstid og dernæst som Det Nye Synnøves fra 1999 til 2002. Tanken var at levere et aktuelt og provokerende talkshow, med en vært, der talte direkte til folk og som ville tage kontroversielle, aktuelle og interessante mennesker i studiet.

ikke for de problemer, der tages op og de historier, der fortælles, men fordi de altid kommer op og slås.

Man kunne måske forvente, når så mange deltagere er meget kritiske overfor de amerikanske talkshows – som en del altså ser alligevel for underholdningsværdien – at de ville finde de danske versioner bedre og mere vedkommende. Det, der kommer tættest på, er *Pernilles Univers*, som imidlertid ikke ret mange har set. På tidspunktet for undersøgelsen er det *Synnøves*, der er mest omtalt, ikke mindst fordi det er så tydeligt et forsøg på at lave den danske version af et provokerende og grænseoverskridende show, måske i stil med Ricki Lake, eller med de store armbevægelser, *Oprah Winfrey*¹⁶¹. Men der er ikke nogle af undersøgelsesdeltagerne – blandt de, der ser eller har set programmet – der synes, at *Synnøves* er en god oplevelse. For eksempel siger 12årige Signe fra Nørrebro:

Jeg ser Synnøve, men hun... hun, øh... jeg synes hun er dum. Øh, fordi altså... der er på et tidspunkt, hvor der kom sådan en gæst ud, sådan en mand/dreng, som der klædt ud som en dame, sådan en drag queen altså, og så havde han sådan en hæslig kjole på, og så det første Synnøve sagde, var, "gid jeg kunne passe den kjole"... øhm, fordi, jeg synes det første man tænker, er, er hun ikke lidt mærkelig? Fordi, helt ærlig. Nej, jeg synes bare hun er dum, jeg kan ikke forklare det. Jeg synes hun taler på en mærkelig måde, altså hun passer ikke rigtig på hvad hun siger, hun siger det bare sådan.

Nogenlunde samme holdning har 15årige Jeannette fra Lyngby. Hun siger, at hun ser forskellige danske talkshows som *Snak med Charlotte*, *Synnøves* og så videre og forklarer hvorfor:

Fordi at der er så gennemgående dårligt altså, det er det der amerikanske talkshows de prøver at efterligne, og det er så dårligt, altså, sådan noget Ricky Lake og øh Oprah Winfrey og sådan noget, måske lidt øh Jerry Springer. O.K.- de kommer så ikke op at slås i de her danske shows, men øh. Man kan også se på de, altså de mennesker der er inde i det talkshow der, der skal sidde og forklare alt muligt, de synes at øh de er sådan nogle store stjerner og øh, at de ligesom dem i USA og at de bare har så meget ret og sådan noget. Altså, det er SÅ dårligt så det, det kan jeg godt lide at sidde at se (griner).

På mange måder udtrykker deltagerne her en oplevelse af, hvad reality shows er, der er i overensstemmelse med for eksempel Anne Jerslevs beskrivelse af reality TVs intimiserings-tendens, det vil sige, at der er tale om "føle-tv", hvor subjektiviteten er i front, og hvor man er helt tæt på, og hvor deltagerens kontrol og sociale ansigt opløses (Jerslev 2003). Jerslev ser dette som en modsætning til den måde, hvorpå det moderne menneske hyppigt bliver karakteriseret på som individualistisk, fremmedgjort, selvtilstrækkeligt og ligeglad (Jerslev 2003:27). De deltagere i min undersøgelse, der ser talkshows, er med få undtagel-

¹⁶¹ Oprah Winfrey show, som startede i 1986 og har haft langt over 3000 episoder, har navn efter sin vært, der regnes for at være en af USA's mest magtfulde kvinder, dels gennem sit show som ses af mange millioner amerikanere, dels gennem alle hendes andre aktiviteter i forbindelse med hjælpearbejde, sundhed, oplysningsarbejde – en anbefaling af en bog i hendes bogklub sælger millioner af bøger. Hendes hjemmeside Oprah.com, samler alle disse aktiviteter foruden daglige klummer og blogs osv.

ser meget kritiske overfor såvel de amerikanske som de danske programmer, både i forhold til deltagernes rolle og selvfremstilling, programmernes relevans og troværdighed, og for de danske programmers vedkommende, deres autenticitet som danske programformater. Men eftersom en del deltagere tilsyneladende alligevel jævnligt ser talkshows og de tilsyneladende har set så tilstrækkeligt, at de kan forholde sig til dem, er der måske alligevel tale om en fascination, som ikke kun består i at "det idotiske" er sjovt, som beskrevet ovenfor. Det er kun antydninger, der fremkommer i interviewene, men det kunne se ud som om, der også er nogle, der tiltrækkes af det pinlige, af de menneskelige historier og af de opløsninger af sociale normer og menneskelige reaktioner, som vi normalt holder os til i vores omgang med andre, og som fiktionsserier netop er så gode til at fremstille, problematisere og formidle. På sin vis er der flere træk til fælles mellem reality-tv og satire-serier, for der er også i sidstnævnte tale om en form for opløsning af forventede normer og en provokation af den "vedtagne" måde at se tingene på. Jeg vover det ene øje og fører argumentationen endnu videre ved at hævde, at såvel satire som talkshows kan have en ufarlig befriende funktion (ufarlig fordi det at se udsendelserne giver dig en oplevelse, ikke en opførsel, kort sagt) og videre måske også en terapeutisk funktion, jf. Gripsruds teorier om tvs potentielle rolle som terapeutisk bearbejdning (kapitel 5, s.161). Terapien kan netop ses i relation til at håndtere den måde, hvorpå det moderne menneske både betragtes på og betragter sig selv, jf. Jerslev ovenfor, men også som en måde til at kunne få en timeout, der vender op og ned på tingene, og giver luft til endnu en runde i dagligdagen. Endelig er det ganske tydeligt, at både talkshows og satire er med til at sætte tanker i gang om, hvordan vi lever og hvor absurd/tosset/morsom osv vores verden er.

Som **opsamling** vil jeg pege på fire forhold, der kan udledes af denne del af undersøgelsen. For det første er serier, som dette defineres bredt først i afsnittet, en væsentlig del af alle deltagernes medieoplevelser. Der er så stort et udbud af så mange former, genrer og stilarter, at der er noget for de fleste. Serierne er dels med til at indramme hverdagslivet, fordi de sendes og ses på bestemte tider – for nogle oven i købet i form af kæder af afsnit fra forskellige serier, der følger efter hinanden hele eftermiddagen og aftenen, ofte som genudsendelser. Men samtidig er det kun få, der taler om, at det at se et afsnit eller følge en serie på bestemte tider er så vigtig, at de ville undlade andre aktiviteter, især sammen med vennerne. Chris Barker peger på, at tv-seere har brug for multiple muligheder og kompetencer for at afkode de forskellige kulturer, som de tilgængelige tv-programmer repræsenterer (Barker 1999). Det er tydeligvis rigtigt, når man ser på den variation af programtyper, genrer, serier og versioner af koncepter, der kan hentes ned enten via de danske eller de udenlandske kanaler. Det er dog også tydeligt, at de fleste deltagere i undersøgelsen i høj grad håndterer det at skulle vælge og at skulle afkode de mange formater og kulturelle repræsentationer. En del af strategien går ud på fravalg, det vil sige, at der på tværs af deltagerne er ganske store variationer i, hvad der ses, men også hvordan det, der ses, opleves.

For det andet er serierne både en individuel "trækken sig tilbage fra verden" aktivitet, der kan give ro på imellem hverdagslivets mange aktiviteter, og et samlingspunkt for vennegrupperne, som kan være udgangspunktet for hygge og for fælles historier om serierne og andre ting. I begge tilfælde virker serierne i som omdrejningspunkt for den lokale forankring i her og nu og i en bestemt fysisk kontekst.

For det tredje befordrer tv-serierne bredt set endnu en dobbelthed, idet de både giver et blik ud til andre dele af verden selv - det, Barker kalder "popular knowledge of the world" (Barker 1999) - og kan bruges til at reflektere over egen hverdag, egne problemer i ungdomslivet, egne kærlighedssorger og glæder, egen selvforståelse og så videre. Serierne er så integrerede i ungdomskulturen, som først og fremmest er "her", at alt det, der foregår "der", er med til at perspektivere "her".

For det fjerde foregår der en stadig identifikationsproces i forhold til de mange forskellige serier, de unge undersøgelsesdeltagere møder hver dag. De skal hele tiden afkode de medierede oplevelser, de får, også når der er tale om de forudsigelige ungdomsserier, der ifølge deltagerne selv, ligner hinanden. Moran mener, at "Cultural identification can exist both within and across nation states and these are different from and often in direct conflict with what might be called a national culture". (Moran 176)

Fiktion: Computerspil

Diskussionen om computerspil og deres betydning fylder ikke så meget i de kvalitative interviews i forhold til for eksempel de andre former for fiktionsoplevelser, især film og serier. Det skyldes blandt andet, at interessen for spil var mindre generel end interessen for film og serier, især i pigegrupperne, og at det var svært for deltagerne at diskutere spil i forhold til lokal og global orientering. Når computerspil alligevel er taget med som selvstændigt medie i et særskilt afsnit, skyldes det en kombination af tre ting: computerspil betyder meget for en del af deltagerne; i forhold til afhandlingens historiske fokus er situationen også for computerspil interessant, qua at mediet står på tærsklen til en radikal udvikling gennem introduktion, udvikling og adaptation af online computerspil; computerspil som underholdningsform og social aktivitet er interessant, fordi spillene både er forankrede i den lokale, fysiske kontekst og fordi lokalitet og globalitet om ikke opløses så nedtones i oplevelsen af de virtuelle verdener, spillerne agerer i.

Når deltagerne har noget at sige om computerspil i løbet af interviewene er de temaer, der oftest dukker op, spilpræferencer, spil som socialt fænomen samt holdninger til spil. Analytisk set passer disse emner udmærket ind i afhandlingens kontekst.

Spørgeskemaundersøgelsen viser (kapitel 4) blandt andet, at det ikke er alle undersøgelsesdeltagere, der har **adgang** derhjemme til en computer, de kan spille på: som det fremgår af bilag 5, har 88% computer hjemme, 36% har computer på værelset (muligvis

har flere spille konsoller), 58% har internet hjemme og 15% har det på værelset. Af de kvalitative interviews fremgår det, at nogle går på computercafe ind i mellem, og andre bruger skolens pc'ere i det omfang, det er muligt. Men der er også varierende grader af spilinteresse hos såvel piger som drenge. Interessen er mindst blandt de ældste piger, hvor 11 ud af 42 deltagere i spørgeskemaundersøgelsen (se bilag 15) anfører, at de ikke spiller. Herudover er der 16 spørgsmålstejn, som kan dække over, at man ikke spiller, men også over, at en titel ikke lige falder respondenterne ind. For de yngste piger angiver fem ud af 39 respondenter, at de ikke spiller (én "hader" ligefrem computerspil) og 18 sætter spørgsmålstegn. Blandt drengene er der ingen, der skriver, at de ikke spiller, og der er kun få spørgsmålstegn i begge aldersgrupper.

Også i forhold til **præferencer** er der især meget tydelige kønsspecifikke træk at spore ved deltagernes interesse i computerspil. For eksempel er der i forhold til præferencer blandt de piger, der spiller, en overvejende interesse for de mindre, hurtige, overskuelige spil som kabaler, quizzer og *Tetris*¹⁶², platformsspil som *Super Mario*¹⁶³ og "dukkehuspil" som *Team Hospital*¹⁶⁴. Der er dog også enkelte eksempler på, at pigerne spiller mere avancerede spil som *Age of Empire*¹⁶⁵ og "bilspil og krigsspil". Drengene skriver langt flere favoritter i spørgeskemaet, fordelt på actionspil¹⁶⁶, fantasy/adventurespil og sportsspil – typisk spil, der kræver en del skills¹⁶⁷ og lang tid at lære og at gennemføre. De avancerede spil, drengene nævner, er for eksempel *Half-Life*¹⁶⁸, *Delta Force*¹⁶⁹, *Grand Theft Auto*¹⁷⁰, *Unreal Tournament*¹⁷¹ og *Grand Turismo*¹⁷² (action), *Baldurs Gate*¹⁷³ og *Heroes of Might and*

¹⁶² Det kan diskuteres, om disse eksempler kan kaldes spil ud fra computerspilteoretiske betragtninger her, men interaktiv underholdning er der i hvert fald tale om. Tetris er et spil, der handler om at placere nedfaldne (firkantede=tetra) brikker rigtigt. Udviklet til DOS i 1984 af [Alexey Pajitnov](http://www.tetris.com/), siden udviklet til andre platforme. <http://www.tetris.com/>

¹⁶³ Hovedpersonen Mario dukkede første gang op i et *Donkey Kong* platformsspil i 1981, udviklet af [Shigeru Miyamoto](#) for Nintendo. I 1983 dukkede *Mario bros* op, og i 1985 *Super Mario*. Et af de første, mest populære platformsspil til personlige computere.

¹⁶⁴ *Theme Hospital* er et simulations PC og playstationspil udviklet af Bullfrog productions og udgivet af Electronic Arts i 1997. Spilleren skal udvikle og drive et hospital. Spillet har indbygget sort humor.

¹⁶⁵ *Age of Empire* er et real-time strategi-computerspil, udviklet af Microsoft og første gang lanceret i 1997.

¹⁶⁶ Jeg differentierer bevidst ikke mellem forskellige former for undergenrer til de her nævnte. Inden for spilforskning har der været langvarige diskussioner om, hvordan spil kan genrebestemmes og hvilke opdelinger, der er bedst. Specifikke genrebetegnelser har dog ikke betydning i afhandlingens kontekst.

¹⁶⁷ Spil-lingo. Betyder tillærte evner og erfaringer.

¹⁶⁸ *Half-Life* er et science fiction first-person shooter computerspil, udviklet af Valve Corporation og første gang udgivet i 1998 af Sierra Entertainment, siden af Electronic Arts. Det mest populære online first-person shooterspil, *Counter Strike* (på markedet i 2000), er udviklet fra en modifikation af *Half-Life*.

¹⁶⁹ *Delta Force* er et taktisk first-person shooter computerspil, udviklet og udgivet i 1998 af NovaLogic.

¹⁷⁰ *Grand Theft Auto* er et kombineret action og adventurespil, udviklet første gang af David Jones og udgivet af Rockstar Games i 1997. De mange spil i serien har gennem årene vakt voldsom offentlig debat om vold og moral i spil.

¹⁷¹ *Unreal Tournament*, first-person shooter spil til alle platforme. Udviklet af Epic Games og Digital Extremes og udgivet i 1999 af GT Interactive.

¹⁷² *Grand Turismo*, bilrace-spil udviklet af Polyphony Digital og udgivet første gang i 1997 af Sony Computer Entertainment. En lang række spil er udkommet. Simulation af virkelige biler og turneringer

¹⁷³ *Baldurs Gate*, fantasy rollespils computerspil, udviklet af [Ray Muzyka](#) for BioWare og udgivet i 1998 af Interplay Entertainment.

*Magic*¹⁷⁴ (fantasy/adventure) samt *Fifa*¹⁷⁵, *NHL*¹⁷⁶ og *Manager*¹⁷⁷. De få lette og hurtige spil, som drengene nævner, er for eksempel *Monkey Island*¹⁷⁸, *South Park*¹⁷⁹ og *Rollercoaster*¹⁸⁰ – men ikke én kabale. Disse mønstre udbygges i udsagn i de kvalitative interviews. Et par af drengene spiller dog heller ikke, enten af praktiske årsager (mangel på computer, mangel på penge) eller mangel på interesse. Det gælder for eksempel Adam fra niende klasse på Nørrebro, hvis forældre ikke vil købe en pc eller spil, som ikke har tid og som i øvrigt ikke er interesseret i spil, sådan som han var det, da han lige opdagede spillernes og internettets muligheder. Selvom intensiteten af drengenes spilinteresse varierer, er Adam dog en af enkelte undtagelser, der ikke spiller. Nogle af pigerne siger som 12årige Julia fra Kolding: "Jeg.. jeg kan godt finde på at spille lidt hvor jeg keder mig... engang imellem. ... Det er også kun hvis jeg keder mig *rigtig* meget." Computerspil, især af avancerede spil, er altså udpræget et drengefænomen blandet deltagerne i undersøgelsen.

Computerspillenes fiktive univers åbner sammen med interaktivitetsniveauet og ofte specifikke æstetiske træk særlige oplevelsesmæssige potentialer. For mange er computerspil såvel en individuel aktivitet, hvor færdigheder opøves og universer udforskes, som en social aktivitet, hvor oplevelsen er fælles i såvel cyberspace som real life. Spillenes universer er fiktive men på en anden måde end film og tv-fiktion, fordi spillerne aktivt er med til at skabe indholdet og forme oplevelsen gennem spillet – i større eller mindre grad efter genre og interaktivitetsniveau.

Spilmotivation er et væsentligt område i forhold til denne fiktionsgenres betydning. Af undersøgelsens interviewmateriale fremgår det, at der, ikke overraskende, er forskellige motiver for at spille computerspil, og at der kan være flere enten sideløbende eller afløsende efter behov i bestemte situationer¹⁸¹.

Pigernes gennemgående præference for de hurtige, lette spil, som nævnt ovenfor, hænger sammen med, at de ikke har lyst til at bruge så meget tid på at spille. De spiller gerne som sjov i pauser og med hinanden, og flere nævner, som vi også så et eksempel på, at spil i nødstilfælde kan bruges som middel mod kedsomhed.

¹⁷⁴ *Heroes of Might and Magic*, fantasy/strategispil, udviklet som selvstændigt spil og udgivet i 1995 af New World Computing. Senere overtaget af Ubisoft.

¹⁷⁵ *FIFA (Football eller Soccer)*, fodboldspil, der udgives årligt siden 1993 af Electronic Arts.

¹⁷⁶ *NHL (National Hockey League/ Canada)*, ishockey spil udgivet årligt af Electronic Arts Sports. En lang række tilsvarende spil fra andre nationale ligaer, udgives sideløbende.

¹⁷⁷ *Championship Manager*, fodbold management simulationsspil. Udviklet af [Paul and Oliver Collyer](#) for Sports Interactive og udgivet første gang i 1993 af Domark (senere Eidos. Senere splittet i to).

¹⁷⁸ *Monkey Island*, fælles betegnelse for en serie af adventure spil, udviklet af Gilbert, Grossman og Schafer og udgivet første gang af LucasArts i 1990. Karakteristisk humoristisk og spillervenligt spil.

¹⁷⁹ *South Park*, first-person shooter spil, baseret på den populære serie af samme navn. Udviklet af Iguana Entertainment og Appaloosa Interactive og udgivet i 1998 af Acclaim Entertainment.

¹⁸⁰ *RollerCoaster Tycoon*, strategisk simulationsspil om at styre en tema-park (underholdningspark). Udviklet af Chris Sawyer og udgivet første gang af Hasbro Interactive i 1999.

¹⁸¹ Der er forsket og skrevet meget om computerspil og deres betydning, men den danske antologi *Spilletets Verden* (red. Bo K. Walther og Carsten Jessen, DPU's Forlag, 2005) giver en række bud herpå, som underbygger dette afsnits pointer. I forhold til spilmotivation er især Ole Ertløv Hansens bidrag "At spille for at spille" interessant.

Drengenes motivationer for at spille er især spænding og fordybelse, spiloplevelser med andre og også i nogen grad tidsfordriv, omend sjældent så firkantet nævnt som absolut sidste udvej i stedet for at kede sig, som nogle af pigerne siger. Blandt andet forklarer 15årige Lars-Peter fra Tinglev, hvorfor han synes, at spil er spændende:

Ja, før syntes jeg det var helt vildt spændende, men dengang havde vi heller ikke rigtig nogen computer, nu kan jeg selv sidde og lave min egen kriminalroman derhjemme. Altså når man spiller det, øh, men.. Altså ikke fordi jeg lever mig så meget ind i det, men altså hvor jeg før læste Alistair Maclean meget, så kan jeg nu gå ind i et andet spil og så selv styre mine soldater rundt, og det synes jeg altså er mere spændende.

Interaktivitetsgraden er altså afgørende for spiloplevelsen i dette eksempel.

Både piger og drenge er gennemgående vant til at bruge computer og internet. I modsætning til undersøgelser fra midten af 1990'erne, der viser, at især mange 15-16årige piger var ganske fremmedgjorte overfor bare at tænde en computer, har pigerne på undersøgelsestidspunktet dels tilegnet sig computer og internet som selvfølgelig medie- og kommunikationsteknologier – med vekslende entusiasme – og de har fundet noget at bruge computer og internet til (Livingstone 2002, Drotner 2001b, Stald 1998 og 2000b). Der er imidlertid relativt forskellige strategier for, hvordan drenge og piger bruger computeren, og hvor meget tid, man har lyst at bruge med den. Pigerne bruger færre timer og udforsker i mindre grad avancerede tjenester og muligheder (som for eksempel spil), mens en stor del af drengene netop gør dette. Diskussionen omkring pigers henholdsvis drenges forskellige brug af digitale medier og årsagen og virkningen heraf er lang, men det virker oplagt, at det både er faktorer udenfor computeren som medierelaterede årsager, der kan forklare dette. Et eksempel kan være den måde, man kommunikerer og plejer sociale relationer på. Chat er en mere oplagt social form for mange piger end spil (se blandt andet afsnit 5.4. om personlig kommunikation), og de sociale spil er da også mere populære blandt flere piger end hard core action spil – med undtagelser.

Undersøgelsens deltagere repræsenterer en række forskellige **holdninger til spil**. Som det fremgår, fordeler undersøgelsesdeltagerne sig helt overordnet efter om de synes, at computerspil er interessante eller ej. Men derudover udtrykker de også forskellige holdninger til computerspil og deres betydning, som rækker ud over selve spillet, og som berører de potentielle konsekvenser af dem. Et centralt tema er spil og vold, som blandt andre Joachim fra sjette klasse i Kolding nævner:

Joachim *Der er en masse bekymringer omkring det der med voldsspil. Det synes jeg ikke. Jeg øh, jeg er i hvert tilfælde vild med at spille voldsspil, og jeg synes ikke selv jeg er særlig voldelig.*

Int.: *Du er et fredeligt menneske?*

Joachim: *Ja.*

Int. *Er det måske fordi du spiller voldsspil?*

(alle i munden på hinanden – der grines)

Int.: *Får du udløb?*

Joachim: Ja, det tror jeg. ... Jeg er ikke særlig voldelig.

Samme holdning udtrykker Asbjørn fra niende klasse i Lyngby: "Ja, I skulle se mig, hvis jeg ikke spillede computer." Han mener helt bestemt, at spil er en god måde at afreagere på.

Nogle af undersøgelsesdeltagerne bidrager til diskussionen om forholdet mellem køn og computerspil. For eksempel synes pigerne i sjette klasse i Lyngby, at drengene i klassen spiller rigtig meget computerspil – og snakker meget om det. Pigerne har altså bemærket, at der er noget på færde, som giver drengene grundlag for et særligt fællesskab, som de ikke selv er en del af.

Julie fra niende klasse på Nørrebro overvejer, om det kan være skadeligt at fordybe sig så meget og så længe i spilverdenen: "Nej, det er nemlig det. Man skal passe lidt på, ikke også, fordi der er jo også mange drenge, som bliver helt vildt grebet af at være på internettet og spille computerspil sådan så de bare lever i deres egen lille internetverden, ikke også, det synes jeg også er lidt for meget. Man skal også forholde sig til virkeligheden sådan, ikk'." Julie er selv én af de piger, der bruger meget tid på at se mange film og serier, men hun kobler ikke de to ting sammen i interviewet. Hendes holdning er muligvis præget af de offentlige debatter om spil og deres virkning, som begyndte at dukke op for alvor i medierne omkring dette tidspunkt.

Andre former for holdninger til computerspil er dem, der ændrer sig i takt med, at deltagerne bliver ældre, og deres hverdagsliv og prioriteringer (og omgivelsernes krav) ændrer sig. Karina fra niende klasse i Lyngby er holdt op med at spille computerspil, fordi det blev for kedeligt. Ane fra samme klasse siger til spørgsmålet om, hvorvidt hun spiller: "Nej. Jeg har spillet lidt, men altså jeg synes for tiden, der øh, der er nogle andre ting man kan tage sig til, øh. Jeg har lige pludselig travlt, lektier, og man skal klare det hele altså." Det er der dog også nogle af drengene, der har oplevet, sådan som 15årige Asbjørn fra Lyngby:

*Asbjørn: [jeg spiller]det dér Microsoft har lavet med deres Battlefield¹⁸² fis dér.
 Int.: Du bruger meget tid på at spille, siger du?
 Asbjørn: Ja, ikke så meget mere, øh, det er i hvert fald, jeg tror kun det er realistisk, øh, 4 timer om ugen. ... Engang var det sådan 3 timer om dagen, ikk'
 Int.: Hvordan kan det værre at du spiller mindre?
 Asbjørn: Øh, hvis nu du har alt muligt andet pis, du skal lave... ikke fordi jeg gider at lave noget, men lektier og sådan noget ... og sådan noget med at vaske tøj og sådan ...*

Eftersom Asbjørn er en af de mest ihærdige brugere af digitale medier blandt undersøgelsesdeltagerne, er det bemærkelsesværdigt, at han er nået frem til at hverdagslivets forplig-

¹⁸² Det kan ikke være Microsofts serie *Battlefield*, som Asbjørn taler om, da første spil i denne serie først blev udgivet af Electronic Arts i 2002. Asbjørn kan ikke huske titlen på spillet, og afviser at der er tale om *Urban Assault* (TerraTools, Microsoft 1998), men at det er et strategispil, der ligner.

tigelser nødvendigvis også må passes. Asbjørns generelle holdninger præsenteres også i hans tegning, der ses i figur 42 sidst i kapitel 6.

Betydningen af sprog og spillenes oprindelse har betydning for, hvordan spil opleves og vurderes, sådan som det også har betydning for oplevelsen og vurderingen af film og serier. I forhold til spil er der dog en langt mere konsekvent opfattelse af, at ikke-danske spil, især amerikanske, er markant bedre end danske spil. I det hele taget forholder deltagerne sig ikke til danske spil, idet ingen har et dansk spil¹⁸³ som præference i spørgeskemaundersøgelsen. I interviewene nævnes kun ét dansk produceret spil (se herunder).

Fordelingen på afsenderland er interessant, fordi England og Japan kommer på banen. Således har 50 % af spillene oprindelse i USA, mens 18 og 14 % er fra henholdsvis England og Japan. Til sammenligning med film og serier, er der således mere variation i spillenes oprindelse. 18 % har ikke kunnet bestemmes efter oprindelsesland, enten fordi den angivne titel ikke er listet under nogen producenter, eller fordi spilfirmaerne i mellemtiden er blevet sluttet sammen, solgt, opløst med mere, så spillets oprindelse ikke kan spores.

Det er interessant, at der er denne entydige interesse for ikke-danske spil. Især tre forklaringer er sandsynlige: der produceres ganske få "store" spil i Danmark; undersøgelsen blev foretaget før gennembruddet af for eksempel *Hitman*¹⁸⁴; Danmarks spilbranche er kendt for at producere gode børnespil, og danske børnespil er populære i DK ligesom dansk børnetv og danske børnefilm. De er på dansk og produceret med et dansk børnepublikum for øje. Undersøgelsens aldersgrupper distancerer sig imidlertid fra børnespillene. En yderligere forklaring er derfor, at der således ikke for undersøgelsesdeltagerne er samme underlag for interessegrupper til at kunne dele fællesskaber om danske spil-produktioner, som det for eksempel er tilfældet med bestemte danske tv-serier og film.

Hitman og senere danske spilsucceser kan på mange måder lige så godt være produceret i England eller USA som i Danmark¹⁸⁵, fordi de tilnærmer sig en international standard for genre, tematik, gameplay og æstetik. Desuden overtages mange mindre, succesrige lokale spilfirmaer og spil af de store firmaer (som for eksempel IOI og *Hitman*), og udviklere flytter, når de får succes, hvilket også de irske spilforskere Aphra Kerr og Flynn peger på (Kerr and Flynn 2003:107).

Netop standardisering er et centralt emne i forhold til computerspil som globalt fænomen og globale produkter. For eksempel finder Kerr og Flynn, at standardisering af spillene, som det også sker indenfor film, er mere interessant og af stor betydning for spillenes kulturelle

¹⁸³ Med mindre et eller flere af småspillene, kabaler eller de ikke identificerbare spil er danske. I analysens kontekst er dette imidlertid ikke af betydning, da den type spil umiddelbart er "kulturneutrale".

¹⁸⁴ De to første danske spilproduktioner, der for alvor kunne konkurrere med de store internationale spilproducenter på form, indhold og æstetik, var Deadline Games *Blackout* fra 1997 og IOIs *Hitman: Codename 47*. *Hitman* kom på gaden i år 2000, men efter at interviewene blev lavet. *Blackout* var et film noir-agtigt spil med en speciel fortælling.

¹⁸⁵ Skønt fans af *Hitman* vil fremhæve blandingen af international standard og de særlige danske aftryk, for eksempel i form af humor.

effekt end det, at de fleste spil bliver produceret af ganske få dominerende producenter: "For us the issue at stake is not the prevalence of the cultural produce of a few countries but the sometimes obscured corollary of cultural globalisation – the absence of alternative representations and worldviews". (Kerr and Flynn 2003:95). Denne argumentation kan jo anvendes på alle populære, globale medier. Dog modificeres argumentet en smule i forhold til afhandlingens undersøgelse, idet en relativt stor del af spillene kommer fra Japan og England sammenlignet med for eksempel spillefilm. Især de japanske spil repræsenterer, uanset global popularitet, en særlig æstetik og persontegning og grad af realisme (eller mangel herpå), som kontrasterer de typiske, vestligt producerede spil¹⁸⁶.

I mange spil (plus manualer, kodesæt etcetera) er sproget engelsk. Nogle gange kan svensk eller dansk dog vælges. Det fremgår af interviewene, at sprogbarrierer har sin betydning i forhold til computerspil, især for de 12-13årige. Blandt de 15-16årige er der i hvert fald ikke nogle, der nævner emnet. Kristoffer fra sjette klasse i Kolding siger:

Kristoffer: Når man øh snakker om computerspil, så er det nok vigtigst at det er dansk, for så forstår man hvad der står. Men øhm hvis det er lavet i Danmark, computerspillet, så er det nok ikke så godt. Altså igen det der med at øh England, eller amerikanerne, de kan sgu noget mere.

Int.: Kan du nævne nogle danske computerspil?

Kristoffer: Øh, Skeletter med kasketter¹⁸⁷ (griner).

Int.: Nogle amerikanske?

Kristoffer: Sådan noget med bilspil og sådan noget. Grand Theft Auto. Det er øh, sådan noget, hvor det sådan, det øh, der er også sådan et symbol i den amerikanske kultur. Det er biljagter hele tiden.

Valget står for Kristoffer mellem at vælge børnespillet *Skeletter med kasketter* og forstå, hvad der bliver skrevet i spillet, eller at spille for eksempel *Grand Theft Auto* og have sprogudfordringen.

Kristoffers holdning om, at amerikanske og engelske spil er bedre end danske, matcher en gennemgående holdning til film, som blev analyseret i afsnittet herover. Kristoffers udsagn er både udtryk for en subjektiv holdning (generelt er amerikanere bedre til at skabe underholdning), en smagspræference (hvad giver den bedste og mest spændende oplevelse) og en faktisk erfaring. Hans pointe om, at man kan identificere de gode amerikanske spil på nogle kulturelle træk, er interessant. Han genkender temaet "biljagt" fra amerikanske film – selvom han strækker genkendelsen endnu videre fra fiktion til kultur i bred forstand og siger, at biljagter er et symbol på amerikansk kultur: de er der hele tiden.

¹⁸⁶ Søren J. Svendsen har i sit speciale *Simulationsteori i praksis. Et kig på forskellene mellem vestlige og japanske computerspil*, givet det mig bekendt eneste grundige forsøg på at foretage en sådan sammenligning i forhold til adskillige lag af karakteristika ved computerspil.

¹⁸⁷ *Skeletter med kasketter*, populært dansk børnespil, udviklet og udgivet af Savannah i 1998.

Spiluniverserne i fantasy-spil er generelt universelle, og det samme gælder både nogle avancerede actionspil og de meget enkle, små banespil, puzzles osv. Andre spil derimod kan ligesom film være henlagt til bestemte historiske perioder og/eller genkendelige miljøer, som for eksempel sportsligaer med faktiske spillere, klubber og lokaliteter. Selvom man bevæget sig i fiktive verdener, er man altså ikke på neutral grund. Samtidig spiller kombinationen af lokalisering, tematisering og genre sammen i forhold til oplevelsen af genkendelse: det kan være helt klart, at der tale om et sportsspil, et adventurespil eller et actionspil, men måske ikke nødvendigvis hvor, og hvornår, spillets rammer er sat til. Det kræver en vis mængde forhåndsviden. En del af denne kommer for de danske spillere fra film (f.eks. at genkende en amerikansk storby) eller tv (i forhold til sportsspil).

Computerspil er udover at være individuelle handlinger og oplevelser (i forhold til det at spille og i forhold til træning af kompetencer) også et **socialt fænomen**, enten ved at spillerne samles omkring samme computer eller spiller gennem netværk. Deltagerne i undersøgelsen står lige på kanten af en massiv udvikling af avancerede online multiplayer-spil, der i etablerer nye virtuelle mødesteder for den enkelte. Blandt andet lanceres omtrent samtidig med, at undersøgelsen finder sted, *Counter Strike*, den største online spilsucces (se også figur 31). Men situationen for undersøgelsesdeltagerne som den beskrives i interviewene er også det, der foregår med andre, mens man spiller – i spillet og i situationen. Mange af de spil, der nævnes både i spørgeskemaundersøgelsen og i interviewene, er singleplayerspil, der lægger op til den enkeltes fordybelse i spillet. Det udelukker imidlertid ikke, at man også kan samles omkring spillet og hjælpe og kommentere og så videre. For eksempel spiller 15årige Julie fra Nørrebro og andre i hendes familie sammen, som man tidligere spillede brætspil eller kortspil sammen. Andre eksempler er Adam fra niende klasse på Nørrebro, der for eksempel spiller *Tiberian Sun*¹⁸⁸ med sin far, Lasse fra niende klasse i Lyngby, der får bank af sin lillebror i *FIFA*, og Kirstine fra niende klasse på Nørrebro, som spiller mere end gennemsnittet af piger i undersøgelsen, spiller især sammen med familien:

Og så alle mulige dræberspil, hvor man står og skyder monstre og sådan noget. Der kan jeg også spille mod min far, det er sådan også ret sjovt (ler). Altså sådan nogle gange, så låner min lillebror min computer, jeg har inde på mit værelse, ikke også, og inde på min lillebror og lillesøsters værelse, dér har vi Playstation og Nintendo64, det er de nyeste computere, ikk', og der sidder vi sådan også og spiller engang imellem mig og min lillebror og min lillesøster. Streetfighter¹⁸⁹ og sådan noget, det er også et flot spil.

Desuden nævner flere deltagere, at det er sjovt at spille via lokale netværk. For eksempel kan Daniel fra niende klasse i Tinglev (se også figur 31) bedst lide at spille med og mod andre: "Jeg sidder mest sammen min bedste ven, hvor vi tager ud til ham. Fordi de har

¹⁸⁸ *Command & Conquer: Tiberian Sun*, realtime strategispil, udviklet af Westwood Studios og udgivet i 1999 af Electronic Arts. *Command & Conquer* er en lang serie med mange spil.

¹⁸⁹ *Streetfighter*, først udviklet som arkadespil i 1987 af det japanske firma Capcom. Senere udviklet til samtlige platforme fra Amstrad og Commodore 64 til Play Station, Mac, PC og mobile platforme.

sådan et mini-netværk mellem to computer og så sidder vi og spiller mod hinanden.” Julie fra niende klasse på Nørrebro siger om det at spille på LAN¹⁹⁰: ”Ja, det er ret sjovt, også fordi så kan én sidde ved den ene computer og en anden ved den anden, og så kan man sidde og prøve at fange hinanden og skyde hinanden og sådan noget.”

Online, grafiske spil er lige i sin begyndelse på undersøgelsestidspunktet og generelt vinder netspil mere og mere ind, som det ses af eksemplerne ovenfor, såvel via Internettet som på lokale netværk i hjemmet eller på cafeer. Det gælder for eksempel Alex på 15 år fra Nørrebro:

Alex: Computer og Internet altså... nede hos min far der.. det er der, jeg mest er på Internettet. Fordi han.. han har jo sådan et netværk, 2 computere. Ja, der spiller jeg ikke rigtigt, øh, altså jeg spiller ikke mod hinanden, det... det gider jeg ikke. Eller det gider jeg godt, men der skal jeg først have sat sådan et kort i og sådan noget. Men jeg har lavet et netkort.

Int.: Men hvis du spiller, hvad spiller du så?

Alex: Så, så spiller jeg... forskelligt, altså strategispil, såsom Tiberian Sun og så også sådan noget som Half Life, altså på computercaféer, hvis man er der, så spiller jeg oftest Half Life og det dér.

Det er altså... så fik vi også den computerovre på skolen, hvor man... ja, der var sådan noget, hvor man lærte noget og så kunne man spille det over nettet.

Selvom der i undersøgelsen er flere, der er meget fascinerede af muligheden for at spille med andre over nettet og som har prøvet det i forskellige sammenhænge, er der ikke nogle, der nævner MMORPG (massively multiplayer online role-playing game) spillet *Everquest*¹⁹¹, der kom på markedet i 1999. Der er heller ikke nogle, der nævner, at de har prøvet at spille de tekstbaserede MUDs og MOOs (Multi User Domains og multiple Object Oriented) spil, som blev meget populære op gennem 1990'erne, og som stadig var relativt udbredte i 2000. Undersøgelsens deltagere er ganske enkelt ikke i målgruppen for denne type spil. Derfor har deltagerne også færre erfaringer med at spille med andre over nettet på tværs af fysisk afstand, end spilhistorien har givet mulighed for.

Hyppigst spilles der lokalt, og få har prøvet at spille på tværs af landegrænser, som Rasmus fra niende klasse i Kolding, der har prøvet at spille skak over nettet med en fra Grækenland – men bare én gang og ret tilfældigt, fordi han sad og browsede på en side med forskellige spil og lige skulle prøve. Der er imidlertid flere, der kan se mulighederne i online spil, blandt andet fordi internetbrugen i det hele tiden udvikler sig meget i den pågældende periode.

Computerspilskulturer kan betragtes som internationalt fænomen – som aktivitet, som adgang til ungdomskulturelle universer (i udpræget grad i online spil) og som tematiserede

¹⁹⁰ LAN= Local Area Network, hvilket betyder, at man kobler computere sammen i lokale netværk, så man altså spiller på hver sin computer men i samme rum. Princippet bruges ud over privat i spiltourneringer og på spilcafeer.

¹⁹¹ 3D fantasyspil. Første version blev udviklet af Sony's [989 Studios](#) og [Verant Interactive](#) og blev udgivet af [Sony Online Entertainment](#). Første virkeligt store, populære MMORPG.

størrelser (ex. Pokemon-spil, Barbie, Lego¹⁹², sportsspil). Produkterne er globale (producerede, distribuerede) men i denne aldersgruppe oftest brugt (og 'omsat') lokalt.

Computerspillenes betydning for **lokal forankring og global orientering** er mindre tydelig end for de andre fiktionsformer og for fakta. Selvom spil produceret i England, andre europæiske lande og Japan udgør en større andel af spørgeskemaundersøgelsesdeltagernes præferencer end det er tilfældet for film og serier, er den amerikanske dominans stadig stor og kvalitetsdiskussionen går også på dette område på amerikansk/engelsk dominans, når det gælder kvalitet. De, der spiller jævnligt, forholder sig til hvilke genrer, deres yndlingsspil hører under. Enkelte relaterer endvidere spiluniverserne til miljøer, de genkender fra



Figur 31. Daniel, 9. klasse.

Daniel er en af de meget engagerede computerspil-entusiaster i *Globale medier, lokale unge* – undersøgelsen. Daniel er en af de få, der har prøvet virtual reality, men han vil meget gerne prøve det igen og meget mere. Han spiller i øvrigt gerne online multiplayer computerspil, som *Ultima Online*, det på undersøgelsestidspunktet mest populære online multiplayer firstperson shooter, *Half-life: Counter Strike*, blev lanceret kort tid efter tidspunktet for interviewundersøgelsen (dog var en "mod" – en online moderation af *Half-life* - tilgængelig året før), men flere af drengene i undersøgelsen spiller singleplayer-spillet *Half-Life*, som er udgangspunktet for udviklingen af *Counter Strike*.

¹⁹² Denne type spil er typiske sideprodukter af hovedproduktet (tegneserie, dukker, legetøj, sportsgrene).

amerikanske film. Mange af spilmiljøerne er imidlertid fantasi-universer eller realistiske omgivelser i en slags ingenmandsland. Det er snarere i tematikken end i miljøerne i henholdsvis action – og fantasy spil, og i nogen grad i simulationsspillene, at genkendelsen finder sted. Enkelte spil af japansk oprindelse har dog som nævnt en anden æstetik end de vestlige spil, og kan således ligge op ad andre asiatiske medier og genrer, som for eksempel manga eller tegnefilm, Samlet set orienterer spilinteressen sig i retning af indholdsmæssigt og produktmæssigt tilgængelige spil fra især USA og i nogen grad Europa. I forhold til computerspillenes betydning for undersøgelsesdeltagernes lokale og globale orientering og selvforståelse, er undersøgelsen især interessant i forhold til de fællesskaber, der opstår omkring spillene. Først og fremmest spilles der lokalt, enten alene eller sammen med andre, og forankringen i den lokale venskabsgruppe styrkes herigennem. På den anden siden åbner spillene også potentielt udadtil i form af de metaspilfællesskaber, der opstår, fordi nogle af spillene bliver globale fænomener. Det vil sige, at kendskabet til og interessen for spillene med de egenskaber, man skal tillære sig som spiller, spilsproget, koderne og spiluniverset, bliver en fælles referenceramme på tværs af fysisk afstand. I undersøgelsens kontekst ser det imidlertid ud til, at spillene først og fremmest forankrer spillerne i deres lokale kontekst sammen med deres venner og spilkammerater, og at de enkelte eksempler på erfaringer med online spil, som undersøgelsen bidrager med, peger ind i fremtiden med de store omfattende multiplayer spil, hvor man på den ene side spiller på tværs af landegrænser, og på den anden side fortsat spiller på regionale servere, mødes i ikke-lokaliserede spiluniverser, og tiltemper sit spil og sine spillere til en lokal normativitet og udfoldelse. Som fænomen og som interessefællesskaber åbner computerspil sig altså mod det globale for undersøgelsesdeltagerne, mens selve spilsituationen hovedsageligt er lokalt forankrende, både som subjektiv oplevelse og som social aktivitet.

5.3. I musikkens verden

Set fra et brugerperspektiv har musikken mange funktioner i undersøgelsesdeltagernes dagligdag og i deres tilværelse generelt: musikken fungerer som input til sanser og følelser, som inspiration til udfoldelse i form af dans eller medvirken, som akkompagnement til forskellige aktiviteter, som følgesvend for at modvirke ensomhedsfølelse eller stilhed, som baggrund i forhold til primære aktiviteter, og ikke mindst gennemgående som socialt og kulturelt samlingspunkt. 15årige Julie fra Nørrebro hører for eksempel altid musik, især når hun er på sit værelse: "Det [tv, GS] kører altid når jeg er derinde, det gør det. Fordi at hvis det ikke er en eller anden serie, så er det MTV eller et eller andet, bare musik, altså de eneste situationer, hvor jeg tror at det ikke kører, altså når jeg er derinde, det er hvis jeg hører musik på mit stereoanlæg eller hører radio." 12årige Sukran fra Nørrebro siger: "Det

bedste jeg ved, det er musik. Jeg hører rigtig meget musik, ... jeg hører mere musik end jeg ser fjernsyn.”

Blandt deltagerne er der kun enkelte undtagelser som 12årige Asger fra Kolding, der siger at han ikke så tit hører musik: ”Jeg tror bare ikke det er mig (forsigtigt) at høre musik. Nej, jeg vil gerne, sådan, spille computer.”

Trods et par undtagelser understøtter musikkens gennemgående centrale betydning for undersøgelsesdeltagerne James Lulls teori om, at musik har en helt fundamental rolle i menneskelig kommunikation (Lull 1992). Det vil sige, vi udtrykker os og interagerer gennem og ved hjælp af musik, og at musik er et universelt sprog. Afhandlingens undersøgelse viser også, at musik har en vigtig lokal forankring og må betragtes som en lokal, kulturel ressource, såvel i produktionen som i oplevelsessituationen. Vi kan altså bruge musikken som ressource for oplevelse, indlevelse og kommunikation såvel på tværs af verden som lokalt.

Forståelse af musik som både globalt og lokalt kommunikationsmedie og som forankret i en lokal kontekst er den underliggende præmis for dette kapitel. Forståelsen gør det muligt at koble en forståelse af populær musik i ungdomskulturer som kommercielt, kulturelt homogent fænomen med en forståelse af den samme populære musiks potentialer som oplevelse, udtryk og socialt fænomen i den lokale kontekst.

Set fra et markedsperspektiv er unges musik produkter, der skal ramme bredt og mange i forhold til genremæssige præferencer og situationsbestemte behov. Set fra et kulturelt perspektiv er musikvalg og –brug udtryk for kulturel og social identitet og for orientering i kulturelle udtryk, der matcher ens egne behov for genkendelse og oplevelse. For Lull er populær musik ganske enkelt “the sociocultural behavior characteristic of youth” (1992:1).

Musikken er ganske rigtigt til stede for de fleste af undersøgelsesdeltagerne en stor del af døgnet i forskellige former og på en række forskellige medieplatforme. Musikken er som nævnt vigtig eller måske snarere allestedsnærværende for næsten alle – som oplevelse, ungdomskulturelt udtryk og manifestation, hvilket vil fremgå af analysen og citaterne fra undersøgelsens kvalitative interviews. Det er dog ikke alle, der gør sig de store overvejelser omkring deres præferencer og musikkens betydning. For eksempel siger Sanne fra 9. klasse i Tinglev, at hun godt kan lide dansk musik – *Shu-bi-dua*¹⁹³ og *Gasolin*¹⁹⁴ - men hun kan ikke sætte ord på hvorfor.

En del af undersøgelsesdeltagerne taler gerne om deres præferencer under interviewene, og de har kendskab til et stort antal grupper/udgivelser og genrer, de har holdninger til disse, og til, at forskellig slags musik høres i forskellige situationer. Adam fra 9. klasse på Nør-

¹⁹³ Dansk pop-gruppe, dannet i 1973. Stadig aktiv, men kun med et enkelt af de oprindelige medlemmer.

¹⁹⁴ Dansk rock-gruppe 1969-78. Gruppen var en af de største danske grupper, og musikken har tydeligvis overlevet i tre årtier.

rebro mener for eksempel, at man lytter til bestemte musikgenrer og –numre efter humør: "På et tidspunkt da var det bare sådan der... der kunne jeg lide dem, dem og dem, ikk'. Men altså nu synes jeg der er kommet så mange, og der er så mange cd'ere og kunstnere og sådan noget, ikk'. Så nu er det bare, hvad man kan lide og hvilket humør man er i, ikk'."

Gennemgående viser undersøgelsen, at deltagerne ganske vist godt kan nævne foretrukne genrer og en række kunstnere og numre, men at musikken er selvfølgelig til stede på en måde, som man ikke bruger så mange tanker på. Som vi så i figur 17 (s.134), lander musik helt nede på en sjette plads for de 12-13årige og på en kneben femteplads for de 15-16årige i "nævn de tre medier, der er vigtigst for dig"¹⁹⁵, skalaen. Her skal man imidlertid for det første tage i betragtning, at tv og computer/Internet slår alle andre medier, og dermed er det i realiteten pladserne fire til ni, der kæmpes om. For det andet høres en stor del af musikken via tv-programmer, computer/internet og radio. De kvalitative interviews peger således på, at radioens væsentligste funktion er som musikkanal. Samlet set kan man sige, at deltagerne i undersøgelsen hører musik i mange kanaler, og at musik omfangsmæssigt og oplevelsesmæssigt er en væsentlig og integreret del af de flestes hverdagsliv. Et enkelt eksempel på dette er 15årige Adam fra Nørrebro, der ikke har et musikanlæg: "det har jeg ikke. Det bruger jeg min computer til". Desuden hører han radio og ser musikkanaler på tv ind i mellem. Endelig udnytter han de digitale muligheder kreativt: "Nej, [jeg spiller] ikke computerspil, jeg sidder mere og laver noget musik på computeren med nogle musikprogrammer, ikk'."

I afsnit 4.1. blev informationscirkulationen omkring populære mediefænomener beskrevet. Også i relation til musik opstår smag og præferencer dels som subjektive behov, dels som resultatet af kollektive adaptationsprocesser. Simon Frith mener, at "The experience of pop music is an experience of identity: in responding to a song, we are drawn, haphazardly, into emotional alliances with the performers and with the performers' other fans. Because of its qualities of abstractness, music is, by nature, an individualizing form. (Frith 1996:121). Udover at understøtte den subjektive indlevelse er musikoplevelse imidlertid også et kollektivt fænomen: "At the same time, and equally significantly, music is obviously collective. We hear things as music because their sounds obey a more or less familiar logic, and for most music listeners (who are not themselves music makers) this logic is out of our control. There is a mystery to our own musical taste". (ibid.)

Nogle præferencer opstår ved tilfældige møder med nye produkter/oplevelser, andre opstår pragmatisk set, fordi man overtager, faktisk helt konkret låner, andres præferencer. Lasse fra 9. klasse i Lyngby siger for eksempel, at han hører den musik, en af de andre drenge fra klassen hører, for han har mest musik (som endda under interviewet viser sig at være klassekammeratens storebrors musik). Selvom der selvfølgelig må være en overensstem-

¹⁹⁵ Selvom medier er blevet diskuteret i de besøgte klasser som andet end tekniske platforme, har en del muligvis haft vanskeligt ved at identificere "musik" som en medieform.

melse mellem lånerens og udlånerens smag og præferencer er dette på den ene side et eksempel på, at spredningen af trends reelt ofte er resultatet af pragmatisk funktionalitet og rationalitet frem for dybfølt indlevelse og præferencer. På den anden side er denne form for omsætning i musikkulturerne også en potentiel åbning for at møde noget nyt.

Young people use music as a basis for forming impressions of each other and for constructing their friendship networks and daily activities (Clarke 1973). Adolescents sometimes develop friendship groups on the basis of shared musical taste and certain members of these peer groups become valued opinion leaders in the world of music (Frith, 1981).

(Lull 1992:25)

Samtidig kan udvekslingen af musik også, som Lull skriver overfor, fungere som afsæt for udviklingen af de fællesskaber, som opstår gennem delt musiksmag. Der er tydeligvis også blandt undersøgelsesdeltagerne nogle, der er lidt længere fremme end de andre med hensyn til at være informerede om nye musik, om anderledes musik, og om trends. Selvom det ikke er meget iøjefaldende, har de formentlig en vis rolle som meningsdannere i gruppen.

Hvis vi ser på fordelingen af musikpræferencer efter oprindelsesland, er det ifølge figur 21 (s.134) 57%, der stammer fra USA, mens 17% er dansk og resten fordeler sig på England og øvrige Europa. En del af de ikke amerikanske og - engelske produktioner er dog engelsksprogede, som for eksempel Abba¹⁹⁶, D-A-D¹⁹⁷, Dizzy Miz Lizzy¹⁹⁸ og Kashmir¹⁹⁹ (jf. listen over nævnte præferencer, bilag 9). Sammenlignet med film og tv-serierne, hvor den amerikanske dominans er noget større (ca. 80% for begge), er der en smule mere plads til variation med præferencer for både dansk og europæisk musik. Relativt i forhold til de andre foretrukne musikproduktioner, dominerer amerikansk musik dog, og se man på, hvorfra de tre ovennævnte danske grupper har deres inspiration, finder man en lang række karakteristiske amerikanske grupper og solister, der gennemgående gør stilen genkendelig. Listen over præferencer i bilag 9 viser desuden, at alle præferencer er populære produktioner, selv de præferencer, der er lidt specielle som "gospel" (genre) eller "Bjørk"²⁰⁰ (eksperimenterende). Dette samlede billede understøttes af de kvalitative interviews, dog med den undtagelse at to piger nævner, at de (også) kan lide jazz og klassisk musik. Men de har ikke anført det i spørgeskemaet²⁰¹. I analysen herunder er fokus imidlertid ikke kun på, hvor den foretrukne musik kommer fra, men på de underliggende holdninger til, hvad der definerer god musik og gode musikoplevelser i deltagerens univers. Desuden fokuseres der på betydningen af globalt og lokalt produceret musik i den lokale kontekst.

¹⁹⁶ Svensk pop-gruppe (ca.)1972-82. En af verdens bedst sælgende grupper.

¹⁹⁷ Dansk rock-gruppe, startet i 1982, oprindeligt med navnet *Disneyland After Dark*. I 1989 tvang Disney gruppen til at skifte navn i forbindelse med lancering i USA.

¹⁹⁸ Dansk rock-gruppe 1988-98. Blev for alvor kendte, da de i 1993 slog *Kashmir* i DM i Rock.

¹⁹⁹ Dansk rock-gruppe startet i 1991.

²⁰⁰ Islandsk sanger og komponist, der i høj grad eksperimenterer med sit musikalske udtryk.

²⁰¹ I så fald ville det fremgå af data fra dette, da alle undersøgelsesdeltagere jo også udfyldte skemaet (bilag 3).

Musik som kulturform

Selvom præferencerne ud fra både spørgeskemaer og interviews altså ligger indenfor populærmusikken, er der genremæssig variation at finde i form af pop, rock, rap, techno, reggae og hybrider, og i alt er 74 forskellige kunstnere/grupper repræsenterede i spørgeskemaundersøgelsen. Lægger man dette sammen med en vis variation af produktionernes oprindelse, og med det faktum, at mange af undersøgelsesdeltagerne selv er aktive musikudøvere, må man sige, at der er tale om en vis musikkulturel heterogenitet indenfor det populærmusikalske område. Som det vil fremgå senere i dette afsnit under diskussionen af rap-genren, betragter de unge desuden musikken som et universalt sprog, eller måske snarere et fælles mødepunkt på tværs af nationale grænser, selvom genkendelsesfaktoren indenfor kulturelle stilræk skal være til stede. Dette samlede billede bekræfter Lulls iagttagelse om, at musik er enkel at dele på tværs af verden (Lull 1992), og Klaus Bruhn Jensens tese om, at musik som kulturform er meget fleksibel, og at musikken set i et mediemæssigt og kulturanalytisk perspektiv fremmer diversitet, mens et økonomisk, forretningsmæssigt perspektiv fremmer homogenitet (Jensen 2001. Se desuden kapitel 2.2. om mediemarkeder).

Størstedelen af den musik, der nævnes i undersøgelsen, er som nævnt amerikansk eller engelsk og dernæst dansk. Men netop musikken er i øvrigt et område, hvor der kan spores lokale forskelle, først og fremmest mellem Tinglev og i mindre grad Kolding og hovedstadsområdet. For eksempel hører en del af de unge i Tinglev tysk radio og ser tyske musik-tv-programmer og læser tyske ungdomsmagasiner. For 15årige Kira fra Kolding betyder det, at hun ser et tysk musik-tv-program, at hun får indblik i nogle helt nye variationer af populær rap, som hun godt kan lide (se afsnittet om rap-musik herunder). I Jylland er der desuden lidt større interesse for dansk musik end i hovedstadsområdet. Det gælder for eksempel dansk pop som *Lars Lilholt*²⁰², *Poul Krebs*²⁰³ og *Shu-bi-dua*. *Shu-bi-dua* har givet koncert i Tinglev, derfor gik man rundt og sang sangene i den lille by, hvilket ifølge nogle af deltagerne fra Tinglev var sjovt.

I diskussionerne under interviewene var der kun få direkte referencer til, at den musik, deltagerne hører og generelt kender til, er globale, kulturelle fænomener, selvom alle er klar over populærmusikkens udbredelse. Refleksioner omkring globale fællesskaber er til stede sporadisk, som for eksempel hos 15årige Alex fra Nørrebro, som under en ferie har oplevet, at unge fra andre lande hører samme musik som han: "Så der er mange på min [alder], de har de samme synspunkter og holdninger og hører samme musik og sådan noget." Men der er meget få af denne slags udsagn i interviewene. Trods deres bevidsthed om populære musikgenrer og –produktioner som globale fænomener og om bestemte genrers globale

²⁰² Dansk folkrock-sanger, komponist og tekstforfatter. Har sit eget band: *Lars Lilholt Band*. Har udgivet 24 albums til dato.

²⁰³ Dansk folkrock-sanger, komponist og tekstforfatter. Har udgivet 17 albums til dato og har optrådt et utal af gange på stort set alle danske musikfestivaler.

adaptation og lokale transformation (uddybes i afsnittet om pop og rapmusik) forholder undersøgelsesdeltagerne sig primært til deres musikpræferencer som lokale fænomener, der først og fremmest har betydning i den lokale kontekst, i den sociale eller private dimension. I den lokale kontekst er musikken noget, man deler med vennerne som konkret oplevelse eller som fænomen, man kan udveksle meninger om, og som indgår i grundlaget for de fællesskaber, man indgår i. I lige så høj grad er musik imidlertid et højst subjektivt, måske endda egoistisk projekt, hvor musikken dels giver den enkelte sanselige, emotionelle og måske intellektuelle oplevelser, dels som genre og udtryksform og kultur er med til at profilere den enkeltes fremtræden og i sidste ende identitet. Simon Frith mener, at musikgenrer og musikbrug hænger sammen med identitet: "And once we start looking at different musical genres we can begin to document the different ways in which music works materially to give people different identities, to place them in different social groups" (Frith 1996:124). I denne forståelse bidrager musikken til dannelsen af både den individuelle og kollektive kulturelle og sociale identitet. De unges musik er således, samlet set, et bemærkelsesværdigt eksempel på et globalt fænomen, som i høj grad er lokalt forankret. Men samtidig, mener jeg, at musikken også er det kultur- og medieområde, hvor man i højere grad end inden for andre områder, kan opleve flest eksperimenter med hybridformer og udtryk, der integrerer stilarter og genrer og udtryk på tværs af verden. Så selv om en meget stor del af deltagernes præferencer består af populærmusik, er der også åbent til erfaringer med nye udtryk.

Som nævnt spænder deltagernes musikpræferencer vidt, idet der er mange genrer og stilarter på spil. Nogle knytter sig bestemte (sub)kulturer, som hiphop, dance og techno, mens andre snarere defineres ud fra genre som pop eller rockmusik²⁰⁴. Præferencerne bestemmes i disse aldersgrupper udover selve det musikalske udtryk i høj grad af ydre faktorer som gruppetilhørsforhold, selviscenesættelse, nyhedsinteresse. Meget få argumenter bag om dette for deres interesse. Præferencerne skifter hurtigt, hvilket citatet fra Adam i starten på dette afsnit illustrerer. Der er dog på én gang en meget hastig omsætning i de unges musiksmag og musikbrug, og en vis trofasthed over for tidligere præferencer. Denne trofasthed ses af, at deltagerne i undersøgelsen for eksempel ikke bare slipper tidligere yndlingsmusik, men snarere hele tiden optager nye præferencer i repertoiret og får endnu flere valg- og udtryksmuligheder. Undtagelsen er børnepop, som især de 12-13årige deltagere i undersøgelsen tager afstand fra i en markering af, at de er vokset fra den slags.

Julie fra 9. klasse på Nørrebro har en interessant observation omkring den lokale tilpasning af globale fænomener i forbindelse med spørgsmålet om, hvorvidt det er ligegyldigt, hvor i verden musikken er lavet:

²⁰⁴ Skønt rockmusik sådan set også i sin oprindelse var udtryk for en sub- eller modkulturel genre, defineret gennem sine stilistiske udtryk, bruges betegnelsen noget bredere i dag. Pop-musik står simpelthen for populærmusik, og kan i realiteten integrere elementer fra alle de andre genrer og stadig være pop-musik, så længe form og udtryk ikke afviger markant fra en blød, genkendelig version af populærmusikkens former.

Det ved jeg ikke. Når man ser MTV²⁰⁵, ikk', det er selvfølgelig også fordi det MTV, vi ser det er den specielle nordiske afdeling, MTV er jo delt op i forskellige afdelinger, så det er ikke det samme vi ser som de ser Saudi-Arabien for eksempel, vel. Men, øh, så det er måske mere nordisk musik de sender, så vi kan jo ikke... Det er også det, der er med MTV, fordi at vi tror måske, at det vi ser det er det, der kommer ud i hele verden, ikk', sådan så det vi ser det er det, der er mest populær, men det er det jo overhovedet ikk', det er jo noget helt andet de sender i USA for eksempel, ikk', så... det ved jeg ikke.

Julie har opdaget et interessant aspekt af de globale, kommercielle mediefænomener: som koncept og forretningsprincip er de globale, men i forhold til markeder er de lokale (jf. afsnittet om mediemarkeder i afsnit 2.2).

Musik fungerer også som **kulturel reterritorialisering** (Lull 1992) eller **kulturel relokalisering** (Bennett 2000:61), som når stilarter blandes i for eksempel pop eller rap, hvor arabisk og vestligt stiltræk kombineres. Det giver såvel mulighed for genkendelse i den lokale kontekst, men kan også bidrage til en kulturel forståelse gennem musikken, som rækker ud over den lokale forankring. Her kan man måske tale om en form for **kulturel deterritorialisering**, hvor det kulturelle "ejerskab" af en stil og en lyd opløses, løsriveres fra sin kulturelle forankring og redefineres i nye kontekster. Nogle af de stilarter, som undersøgelsesdeltagerne nævner som deres foretrukne, har relativt tydelige træk til fælles med stilarter fra andre kulturer. Det gælder først og fremmest hiphop/rap, som man oftest relaterer til sort, amerikansk, men som har relativt gamle rødder tilbage til bestemte afrikanske musiktraditioner og stilarter. Hiphop/rap er den genre, som flest nævner som favorit, så en stor del af undersøgelsesdeltagerne deltager faktisk i en musikkultur med globale rødder. Et andet eksempel er reggae, som en enkelt deltager nævner, og som har sin oprindelse i Caribien, men som er blevet integreret i nye subgenrer på tværs af kloden.

Men musikkens betydning i form af kulturel relokalisering handler ikke kun om assimilation af forskellige stiltræk fra forskellige kulturer. Musikken kan også som nævnt, med reference til Lull, forstås som reterritorialisering (jf. Giddens teori om disembedding og reembedding), hvorved musikken får betydning som kulturelt holdepunkt og genkendelse. Musikken bliver nemlig også brugt i sin oprindelige form som kulturel omdrejningsakse og som fastholdelse af oprindelige kulturtræk og udtryk i nye kontekster. Således har kulturel reterritorialisering blandt andet betydning for nogle af undersøgelsesdeltagerne af anden etnisk baggrund end dansk. I 6. klasse på Nørrebro har alle de fire drenge, der bliver interviewet en anden baggrund end dansk (palæstinensisk, jordansk, marokkansk, italiensk) og kun én er født i Danmark. Det afspejler sig i deres musiksmag og musikbrug i forhold til deres danske

²⁰⁵ MTV=Music Television, startet i 1981 af Warner Communications og American Express. I 1985 blev MTV købt af Viacom. I starten bestod udsendelserne især af musikvideoerne, men efterhånden er forskellige populære programmer kommet til. I 1987 blev MTV Europe startet, og i løbet af 1990'erne fulgte man ideen om national tilpasning af kanalen. Således blev MTV Nordic oprettet i 1995 med nordiske værter og indhold, men stadig på engelsk. Den danske udgave startede i 2005, altså fem år efter undersøgelsestidspunktet. Den danske kanal har fortsat mange engelsksprogede produktioner, men har danske værter og præsenterer en del dansk musik.

jævnaldrende. For det første hører de, der har arabisk baggrund, også arabisk musik ved siden af andre former for musik. Det har måske ikke første prioritet, men "er ok" i varierende grader. Arabisk musik høres i familien, det vil sige i den lokale sammenhæng, hvor den kulturelle identitets oprindelse forsøges opretholdt indenfor en anden kulturel kontekst. De fire drenge er de undersøgelsesdeltagere, der føler sig mindst som danskere. Men udover at have en anden baggrund end de danske unge i undersøgelsen er de fire fra Nørrebro også unge, der lever i den vestlige verden. Derfor blandes arabisk musik med vestlig musik²⁰⁶. I spørgeskemaundersøgelsen nævner to af drengene forskellige grupper og solister (*Outlaws*²⁰⁷, *Tupac*²⁰⁸, *Snoop Doggy Dogg*²⁰⁹ og *TLC*²¹⁰), hvoraf ingen er arabiske²¹¹. De tre sidstnævnte hører til indenfor genren hiphop, det vil sige inden for en genre, der har sin oprindelse i sort, amerikansk musikkultur som identitetsformidler. I de kvalitative interviews uddybes disse præferencer kun lidt, idet de fire drenge samstemmende siger, at de foretrækker rap, og at de kender *Aqua*²¹², men hører dem ikke. Musikkens betydning er således stærkere som genre og udtryk end som identifikation med en bestemt kunstner eller gruppe. 12årige Sukran fra Nørrebro, som er født i Danmark og som føler sig meget velintegreret, har både stærke præferencer men også principielle holdninger til musik og musikkultur: "Jeg kan ikke lide amerikansk musik. Jeg synes at der ikke er så meget i det, altså, jeg kan ikke lide det, jeg synes det er for meget larmende og, øh, jeg hører tyrkisk musik, det kan jeg bedst lide." Sukrans forældre hører samme musik, og hun nævner navnet på en populær tyrkisk popsanger²¹³ (navnet kan ikke afkodes fra båndet), som hun foretrækker for alle de amerikanske og danske navne, som de andre i gruppen nævner. Der er selvfølgelig tale om, at Sukran rent faktisk foretrækker tyrkisk musik. Hun har det rigtigt godt i sin familie og med sin dobbelte kulturelle identitet. Men samtidig er der også et statement i hendes håndfaste holdninger til dansk, tyrkisk og amerikansk kultur, som i øvrigt går igennem hele interviewet omkring diverse emner, der tages op. De digitale medieformer gør såvel relokalisering af musikken i sin oprindelige form som udviklingen af hybridformer, der blander forskellige stilræk, lettere, og adgangen til diverse former for musik er uendelig.

Ikke alle med indvandrerbaggrund foretrækker imidlertid musik fra deres oprindelige kultur eller blander den med vestlig populærmusik. For eksempel har 12årige Melina fra Lyngby

²⁰⁶ Under arbejdet med empirien betegnede jeg henholdsvis arabisk og vestlig musik som "traditionel" og "moderne", men jeg kan kun i ét tilfælde udlede af interviewene, om musik fra andre lande, for eksempel Jordan, Marokko eller Tyrkiet, rent faktisk er traditionel eller moderne, da der ikke nævnes eksempler. Til gengæld kan det udledes, at stort set al den vestlige musik, der høres af alle deltagerne er moderne.

²⁰⁷ Amerikansk rockgruppe, 1967-96, og fra 2005 og frem.

²⁰⁸ *Tupac*, eller *2Pac Shakur*, 1971-1996, amerikansk (gangsta) rapper, som betragtes som en af de centrale personer i undergrunds hiphop, som rakte ud over musikken. *Tupac* blev skudt i 1996.

²⁰⁹ *Snoop Doggy Dogg*, nu *Snoop Dogg*, westcoast-hiphop, G-funk og gangsta-rap, fra 1992 og frem.

²¹⁰ Amerikansk r&b/hiphop pigegruppe, 1991-2005.

²¹¹ Den eneste grund til, at jeg kan identificere svarene fra drengene i denne klasse, er, at der kun gik de fire i klassen, og de deltog derfor alle i interviewene. Spørgeskemaerne er ellers anonyme, bortset fra by, klassetrin og køn. Svarene suppleres selvfølgelig af eksempler i interviewet.

²¹² Dansk-norsk dance-pop-gruppe, 1989-2001 og 2007 og frem. Internationalt kendt for bla *Barbie Girl*.

²¹³ Interessant nok optræder der ingen tyrkiske eller arabiske sangere eller grupper i spørgeskemaundersøgelsen, selvom alle deltagerne i interviewene også udfyldte skemaerne.

iransk baggrund men er født i Danmark. Hun deler smag og interesser med sine jævnaldrende i klassen, og er ikke vild med iransk musik, som hendes mor gerne vil høre: "Jamen, altså vi købte sådan nogle iranske cd'er, ikk', men ... det kan jeg ikke lide altså, jeg hører mest sådan popmusik..."

Ingen af undersøgelsesdeltagerne er seriøse eksponenter for *musiksubkulturer* eller avantgardistiske kulturelle udtryk. Det afspejler sig i musikpræferencerne, hvor der som nævnt ikke er mange eksempler på andet end pop, poprock og populær hiphop, hverken i spørgeskemaundersøgelsen eller de kvalitative interviews. Drengene i 9. klasse på Nørrebro nævner dog *Marilyn Manson*²¹⁴. Især Adam mener, at det er fed musik, men drengene er enige om, at han har "nogle syge budskaber". Adam siger for eksempel: "Altså han er ekstrem fascist, kik'. Altså og laver noget fuldstændig sygt i hovedet før sine koncerter. Altså noget med at han sender hundehvalpe ud til publikum, så skal de flå dem før at han starter sin koncert og sådan noget."²¹⁵ Der er en vis fascination blandt drengene af denne grænseoverskridende, amerikanske kunstner, men samtidig en afvisning af hvad de oplever som "sygt", altså uden for normerne. Faktisk er det Kirstine fra 9. klasse på Nørrebro, der nævner en af de originale hiphoppere, *Tupac* som en af sine favoritter. Hun kan ikke lide al rap og synes, at dansk rap er noget wannabee-noget. Men hun fremhæver *Tupac* som en af hiphopkulturs originale "fædre". Han er blevet et globalt ikon for en musikkultur.

Et eksempel i en noget anden retning er Charlotte, der i relation til en diskussion om dansk humor snakker om, at hendes mors veninde fra USA på ingen måde kunne se det morsomme i *Sussi og Leo*, da hun blev inviteret med på Skansen²¹⁶. Det er ifølge Charlotte simpelthen udenfor udlændinges fatteevne, at det kan være sjovt at overvære *Sussi og Leo* som parodi og som det totale afsæt for fællesskabsfølelse. Pointen er dog, at veninden efter at have været to år i Danmark har lært at forstå den særlige form for humor og oplevelse, som Skansen og Sussi og Leo repræsenterer.

Selvom både *Marilyn Manson* og *Sussi og Leo* er populære, kommercielle musikfænomener, kan man også forstå begge som udtryk for æstetisk subkultur (Lull 1992:29), eller i hvert fald oppositionel reception af et kulturelt fænomen. Andre eksempler herpå er de to piger, som kan lide jazz og klassisk musik, uden at de nævner specifikke numre eller kunstnere. De to piger hører gerne populærmusik af samme slags som klassekammeraterne, men markerer gennem kommentarerne om jazz og klassisk, at de har en mere avanceret smag ved siden af, at de vil og kan noget mere, noget der rækker ud over populærkultu-

²¹⁴ Som dog også må siges at være et dygtigt iscenesat og professionelt, kommercielt, globalt udbredt fænomen. Mansons hjemmeside demonstrerer dette: <http://marilynmanson.com/>. Manson spiller alternative eller industrial metal, og alternative eller industrial rock, genrer, der var underground i 1980'erne, men er blevet mere mainstream i 2000'erne.

²¹⁵ Denne historie har været livligt debatteret, blandt på internettet, men afvises generelt som "urban legend". Det interessante i denne kontekst er, at drengene videregiver historien som baggrund for deres oplevelse af Marilyn Manson.

²¹⁶ Sussi og Leo spillede i 26 år frem til 2003 på Hotel Skansen i Skagen som kitch'et tilløbsstykke.

rens massefænomener. Samme funktion har snakken om *Marilyn Manson* og om *Sussi og Leo*.

Lull taler på et generelt niveau om æstetisk subkultur eller smagskultur som oppositionel strategi og oplevelse. Det vil sige, at man er bevidst om, at man lytter til andre former for musik end den gennemgående populære, som for eksempel jazzmusik, hvor pop og rock-præferencerne dominerer; etnisk musik, hvor vestlig populærmusik dominerer i f.eks. en ungdomskulturel kontekst eller klassisk musik, hvor andre foretrækker pop eller rock. "The second subcultural category is "oppositional", representing loosely organized resistance to social institutions, values, and practices." (Lull 1992:29). Ifølge denne forståelse kommer musikken som oppositionel strategi til at fungere som led i en modstand mod tendenser og modefænomener. I undersøgelsen er dette dog kun en antydning, eller måske snarere en åbning mod andre horisonter, end de, der udgør grænsen i den lokale kontekst. De få deltagere, der nævner kunstnere eller genrer, der kan fortolkes som æstetisk subkultur eller oppositionel strategi, har populærmusik, der er på linje med klassekammeraternes præferencer, øverst på listen over det, de helst lytter til. Og det kan jo tænkes, at de ganske enkelt bare kan lide de "alternative" toner.

Selvom Andy Bennetts analyser af subkulturelle musikfænomeners potentielle betydning som *neo-tribalism* er meget interessante i forhold til, hvordan musik kan bruges til at afgrænse kulturelle territorier – som for eksempel indenfor meget specielle punk-kulturer, goth-kulturer og så videre er denne type musikkultur ikke repræsenteret i undersøgelsen. Der er som nævnt meget lidt *underground*, sub-kultur og potentiel *tribe* blandt deltagerne. Fænomenet "tribe" indebærer på sin vis "tribal feuds", men selvom musikken fylder meget i deltagerens tilværelse, og selvom de har deres præferencer, er der langt til musikalske territorialkrige. Tilsvarende er der heller ikke eksempler på deltagere, der har tilsluttet sig de former for "club cultures", eksempelvis dance/rave parties, som også Sarah Thornton skriver om (Thornton 1995). Dance og rave parties er for de særligt interesserede, de "indviede" og har betydning i "integral processes of exclusion" (Bennett s.91), altså i processer, hvor man bruger musikken til at etablere stærke subkulturelle fællesskaber, der blandt andet eksisterer i kraft af eksklusionen af andre. Selvom deltagerne i undersøgelsen nok afgrænser deres smag og musikpræferencer i forhold til, hvad de kan lide og hvad ikke, er der samtidig snarere tale om inklusion end eksklusion, eftersom de fleste deltagere har en bred og rummelig musiksmag.

Et sidste eksempel på en præference, der skiller sig ud fra de øvrige deltageres musiksmag, er 15årige Asbjørn fra Lyngby, som er begyndt at lytte rigtig meget til reggae-musik²¹⁷: "Jeg kan godt lide musik, øh, specielt *Rage Against The Machine*²¹⁸ og så noget

²¹⁷ Musikgenre opstået på Jamaica omkring 1950. Genren blev udbredt globalt i 1970'erne og 1980'erne, blandt andet gennem Bob Marleys blanding af indbyggede budskaber og evne til at producere populære hits.

²¹⁸ Amerikansk rockgruppe, 1991-2000 og fra 2007 og frem. Rap og funk metal og rap rock.

hiphop og reggae, hva'? Og så *Red Warszawa*²¹⁹, men mest reggae for tiden". Asbjørn har ligesom stort set alle de drenge, der foretrækker techno og hiphop, en tøjstil og fremtræden, der (ret diskret) afspejler, hvor han befinder sig i forhold til musiksmag og ungdomskultur. Blandt andet har han et forsøg på lange dreadlocks under en stor hue og oversize tøj, som i højere grad signalerer blomsterbarn end hiphop. Asbjørn er den blandt alle deltagerne, der skiller sig mest – og mest bevidst – ud, både i fremtræden og præferencer og i holdninger og attitude. Interessant nok har en af hans kammerater i interviewgruppen, Lasse på 15 år, lige før Asbjørn fortalte om sin musiksmag, filosoferet over sammenhæng mellem smag og fremtræden: "...det hænger jo meget sammen med hvad, øh altså, hvad tøj folk går i og hvad fjernsyn de ser og musik de hører og sådan. Det hænger jo nok sammen sådan, men i virkeligheden i en større fan-enhed altså."

Lull mener, at: "Many listeners identify strongly with specific types of music and demonstrate their loyalties accordingly" (Lull 1992:20). Men ligesom der i undersøgelsen kun er meget få og ikke særligt vægtige eksempler på musikalske subkulturelle præferencer, er der kun to eksempler på undersøgelsesdeltagere, der bekender sig som **fans** af bestemte grupper eller kunstnere. 12årige Rosa fra Kolding er det ene eksempel som selvudnævnt "rigtig fan" af *Michael Jackson*²²⁰, og hun lytter ikke til andres musik:

Rosa: Øh... hm... nej, det er simpelthen bare, det er bare ham, ikke, det er bare Michael Jackson. Jeg har lyttet til ham i tre år... jeg har også tolv cd'er med ham nu. Men, øh, hvis man går ind på mit værelse, så tror jeg godt man kan se, at det er ham, jeg godt kan lide. Melina, det kan du jo lige...?

Melina: Ja, hun har hele sit værelse fyldt med Michael Jackson, og hun har stadigvæk flere plakater. Der er ikke plads nogen som helst steder, det kan jeg i hvert fald godt sige.

Rosa: Jeg bliver så sur hver eneste gang jeg får en plakat og der er ikke plads til den... Han må godt tage at komme til København igen, fordi så skal vi høre ham.

For Rosa er det både musikken, som hun lytter til, og demonstrationen af sin fan-status, for eksempel gennem udsmykningen af værelset, der har betydning. Det er også interessant, at hun beder veninden om at bekræfte sin fan-status – det vil sige, at hun gerne vil kendes som hende, der er *Michael Jackson* fan. Nedenfor i figur 32 har Rosa tegnet sig selv, mens hun synger og danser til *Michael Jackson*.

²¹⁹ Dansk heavy metal band, 1986 og frem. Navnet er inspireret af polsk punk. Synger på dansk, norsk, svensk og tysk.

²²⁰ Amerikansk pop, r&b, rock og soul sanger og sangskriver. Har optrådt siden han var dreng, først sammen med fire af sine søskende i *Jackson Five*, senere som en af verdens mest kendte og sælgende solister. På tidspunktet for undersøgelsen i 2000 var han stadig aktiv sanger og udgav en række albums, men den nedtur, der senere har domineret *Michael Jacksons* liv, var begyndt og kun få undersøgelsesdeltagere nævner ham. Var i øvrigt første afro-amerikanske sanger, der slog igennem på MTV.

Jeannet fra sjette klasse i Tinglev erklærer sig som fan af *The Kelly Family*²²¹, men lidt mindre engageret end Rosa. Hun siger, at hun ved en del om *The Kelly Family*, fordi hun læser om dem: "Jamen, det er fordi jeg samler på billeder og så står der noget om dem²²²." På spørgsmålet om, hvorvidt hun så kun hører *The Kelly Family* eller også andre, svarer Jeannet: "Nej - eller jeg har jo godt nok andre cd'er sådan, *Hansons*²²³ og øh, *Spice Girls*²²⁴ har jeg også. Dem hører jeg ikke så tit." I modsætning til Rosa kan Jeannet altså godt lytte til andre pop-grupper.

Fankulturer er ifølge Lisbeth Ihleman både et udtryk for interessefællesskaber og kilde til intensitet i form af oplevelser med og omkring objektet for interessen. Principielt kan fankulturer således gå på tværs af landegrænser og forene fans gennem den ene, fælles interesse. Samtidig er der tale om højst individuelle oplevelser og subjektive følelser, der omsættes i den lokale kontekst. De to fans, jeg har kunnet identificere blandt undersøgelsesdeltagerne, nærmere sig imidlertid langt fra Ihlemans beskrivelse af superfans, men er snarere "meget interesserede" i deres idoler. Dette falder muligvis tilbage på deres unge alder (begge er 12 år), som blandt andet medfører, at de har færre muligheder for for alvor at udvikle og udleve en fanatisk interesse, fordi forældre sætter grænser, og venner er skeptiske. Dog kan man sige, at især Rosa bruger sin fan-status til at skabe en identitet udadtil, så hun blandt andet kendes blandt sine jævnaldrende som Michael Jackson-fan. I den forstand har fandommen især betydning i den lokale kontekst. Samtidig er Michael Jackson jo et internationalt populærmusikalsk fænomen, som tiltrækker fans over hele verden.

På denne måde er Rosa også en del af et globalt kulturelt fællesskab, selvom hun ikke selv taler om det som sådant. Ifølge Simon Frith kan man sige, at sociale grupper "only get to know themselves as groups (as a particular organization of individual and social interests, of sameness and difference) through cultural activity, through aesthetic judgement." (Frith 1996:111) I modsætning til de fans, som Lisbeth Ihleman beskriver, har Rosa ikke delt fanoplevelsen med ligesindede ude i verden. Hun søger på nettet efter alt, hvad hun kan finde om sit idol, men har ikke talt med nogen om ham for eksempel i online fan-fora. Hun vil vældig gerne være medlem af en Michael Jackson fanklub, men én, hvor medlemmerne mødes fysisk og snakker med hinanden og helt praktisk bytter fanmateriale. Rosa har en viden om, at hun deler sit idol med fans over hele verden, men har ikke nogle personlige

²²¹ Europæisk-amerikansk pop-rock-folk gruppe, der består af familiemedlemmer på tværs af generationer - medlemmerne skifter derfor gennem gruppens levetid fra 1970'erne og frem. Var tidligere kendt for hippiestil og levevis, men er i dag mere moderne såvel i fremtræden som musikstil.

²²² De fleste ungdomsmagasiner har artikler om populære musikere suppleret af tag-ud billeder til at hæn-

ge op.

²²³ Amerikansk indie-poprockband, bestående af tre brødre. Fra 1992 og frem. Der findes en anden (kendt) gruppe ved navn *Hanson* (engelsk rock-funk band fra 1973-74) og én ved navn *Hanson Brothers* (canadisk punkrock/pop fra 1984 og frem), men efter sammenligning med Jeannets andre præferencer er den amerikanske gruppe det mest sandsynlige valg.

²²⁴ Engelsk dance-pop pige-gruppe fra 1994-2001 og 2007-8. Fem medlemmer, der repræsenterede hver deres type. En af de bedst sælgende pige-grupper nogensinde.



Figur 32. Rosa, 6. klasse.

Egen musikudfoldelse betyder ikke nødvendigvis, at man spiller et instrument. Det er relativt populært især i de jyske byer, hvor halvdelen af *Globale medier, lokale unge* – undersøgelsen blev gennemført, at synge karaoke til en af sine yndlingsangere. I dette tilfælde er det Michael Jackson, der inspirerer Rosa til at synge. Stregerne over og under personens arme angiver formentlig, at der også dances til sangen. Michael Jackson er for især Rosa et ikon med en helt særlig status som genial musiker og my(s)tisk stjerne.

erfaringer at hænge dette op på. Derimod har hun oplevet, at hendes interesse i en bestemt musiker udskiller hende som noget særligt blandt hendes jævnaldrende.

Selvom to endda ganske beherskede fans ikke kan tegne det fulde billede, er det alligevel interessant, at det er to piger, der repræsenterer fandom. I drengenes selvforståelse er det en typisk pigeting at blive så engageret. For eksempel mener 15årige Lasse fra Lyngby ikke, at det ligger til drenge at blive hysteriske fans, men mere, at man kan lide en genre og så nogle bestemte grupper: "Men altså... altså hvis folk skal sådan til at være fans af, man ser tit de der *Backstreet Boys*²²⁵, så står der sådan, øh, 400 tøser og råber og skriger og sådan noget, ... altså det er jo ikke lige det som fanger drengene og gå at være fan og hænge plakater op og sådan noget."

²²⁵ Amerikansk pop-rock vokalgruppe 1993 og frem. Startet som designer gruppe og blev siden et af de bedst sælgende boybands.

Musik som oplevelse

Populære musikere elskes og tilbedes for deres evne til at skrive sange og optræde med dem offentligt, men især for deres evne til at "tale til" deres tilhørere (Lull 1992:2). Blandt andre Jeanette fra 9. klasse i Lyngby lytter til forskellige musikgenrer og kunstnere efter humør:

Altså lige som Louise siger, så må det gerne være Techno, hvor der er gang i den, hvor man lige som bare kan stå og ryste lidt på hovedet, så ser det underligt ud, det synes jeg er meget godt. Men altså hjemme der øh, (pause) der er det nok mest sådan noget, jeg ved ikke nogen gange rap. Sådan lidt hvad man er i humør til. Nogen gange kan det være rigtig pop-musik og det kan også være sådan noget som Celine Dion. Sådan noget flot musik. Det afhænger af eens humør, ikke. (pause)

12årige Jesper A. fra Lyngby er en af de få deltagere, der har lyst til at tale om sangenes tekster og deres **indhold**. For eksempel kan han godt lide Clemens, som synger/rapper på dansk, fordi han er god til at lave tekster. På spørgsmålet om, hvad teksterne handler om siger Jesper A.: "Om, øh, meget om hvor dårlige de andre, der laver rap, er. Sådan en rigtig negativ person.: "Du er en latterlig MC [Einar, GS]" og sådan noget, siger han." Jesper A. kan dog også godt lide den amerikanske rap-gruppe *Blackstreet*²²⁶. Men han ved ikke, hvad de synger om, "fordi jeg kan ikke rigtig forstå det, de siger...". Der er altså et skisma her: Clemens er god, fordi han, efter Jesper A.s mening, skriver gode tekster, mens *Blackstreet* er gode på trods af, at han ikke forstår, hvad de rapper om. Til gengæld forstår Jesper A, hvad en anden af hans favoritgrupper, *Cranberries*²²⁷, synger om, og han lytter efter teksterne: "Jeg synes bare de [*Cranberries* som gruppe, GS] er meget gode. De skriver nogle gode sange. Teksterne handler om krig og familie og sådan noget." I forhold til genkendelse af oprindelse, hvilket jeg vender tilbage til, mener Jesper A. i øvrigt, at han kan høre, at gruppen er irske, og han mener ikke, at deres musik lige så godt kunne være amerikansk eller dansk.

En sidste interessant brik til det meget sammensatte billede af Jesper A.s musiksmag refererer til, at han som den eneste nævner *Metallica*²²⁸. At han lytter til dem beror dog på en tilfældighed: "men det er bare fordi jeg er ikke sådan en stor *Metallica* fan, men, øh, jeg fik deres nyeste cd i julegave, og den synes jeg er meget god hvor de er sammen med et eller andet symfoniorkester eller sådan noget." Julie på 15 år (Nørrebro) har også oplevet ny musik ved et tilfælde: "Min far han overspillede hende dér *Marie Frank*²²⁹. Han havde brændt, øh, en cd til mig med hende og så begyndte jeg bare at høre den, altså det var

²²⁶ Blackstreet (amerikansk gruppe 1992 og frem) må dog nok snarere betegnes som en blandet R&B, soul, pop, dance og hiphop gruppe, selvom de har samarbejdet med forskellige hiphop musikere.

²²⁷ Irsk (alternativ, indie, keltisk) rockband, 1990-2003.

²²⁸ Amerikansk heavy og trash metal band fra 1981 og frem. Blandt andet kendt i Danmark for sin danske trommeslager, Lars Ulrich. I 2000 blev gruppen desuden kendt for at lægge sag an mod fildelingstjenesten *Napster*. Dette nævnes dog ikke af undersøgelsesdeltagerne.

²²⁹ Dansk popsanger og sangskriver, der udgav sit første album i 1999.

ikke... jeg kunne ikke selv finde på at købe den, men nu synes jeg faktisk den er meget god. Hun synger på engelsk. Men hun er dansker.”

Musik som oplevelse handler også om deltagernes **musikalske kreativitet**. Forbløffende mange spiller og synger selv, enten på musikskoler eller i fritiden i deres egne bands. Musikken bliver herigennem – uanset hvor dygtig og musikalsk man er - en måde at udtrykke sig på, som ligger noget væk fra skole og andre institutionelle rammer. Kristoffer fra 6. klasse i Kolding spiller for eksempel guitar – helst numre af hans favorit bands *D-A-D* og *Metallica*. Her har han både muligheden indlevelse i musikken og fortolkning og for at afprøve drømmen om en fremtid med musik, uanset om den er realistisk eller ej. Ifølge Fornäs er denne lokale musikproduktion meget vigtig i den lokale kontekst, såvel som fortolkning og udtryk i denne, men også som “an important form of escapism from the more mundane aspects of everyday life”. Fornäs claims that “through their musical activities, young bands are able to mark themselves off from both the parent culture and the school culture and the demands that the latter impose on young people” (Bennett 2000:57, Fornäs 1995:203).

Musik som ledsager

Musikken ledsager de fleste aktiviteter for flertallet af deltagerne i undersøgelsen. Mange deltagere nævner, at den musik, de hører, både har en privat og en social dimension som ledsager til forskellige aktiviteter og situationer. I nogle tilfælde er musikken en uundværlig ledsager til både dagligdagens som de særlige begivenheders ritualer (Lull 1992:19). I dagligdagen handler det om, at man tænder for musikken som ledsager til alt lige fra morgenritualer til lektielæsning og oprydning, mens for eksempel sportsbegivenheder er særlige oplevelser, der kræver andre former for musik som ledsagelse. Netop musik som morgenrituel praktiseres af 15årige Kicki fra Kolding, som ser *Viva* – en tysk musikkanal - før hun står op om morgenen.

Jeanette fra 9. klasse i Lyngby bruger musik både som tilstand og som baggrund:

Når jeg kommer hjem så tænder jeg for radioen – The Voice (griner)- og så kører den sådan mens jeg måske går og laver noget mad, eller sidder og laver lidt lektier, eller bare sidder og kigger ud ad vinduet (pause). Hvis jeg skal høre mine CD'er så skal jeg sådan være i humør til at høre musik. Det andet det er bare sådan noget baggrund, sådan. Så er der ikke helt stille, sådan. (pause)

Paolo fra 9. klasse i Lyngby har ofte bare musikken kørende: ”Ja, for fa'en. Så... får det sgu bare lov at køre. Det er jo heller ikke altid man er inde på værelset mens det står og kører. ... Altså det er tit jeg i hvert fald har radio og computer kørende samtidig, og, øh, jeg kan også godt finde på at lave lektier imens (ler).” Jesper A. fra sjette klasse i Lyngby hører musik som ritual og baggrund: ”Øh, jeg hører, øh, tit *Natradio* når jeg skal sove, eller også

*Spadestik*²³⁰ eller sådan en eller anden form for.. øh, det er bare fordi jeg synes det er meget rart, at der er noget der kører.”

Både Allan fra 6. klasse på Nørrebro og Ane fra 9. klasse i Lyngby siger, at de bruger musik som baggrund, for eksempel *MTV*. I tilgift får Ane så også lejlighed til at se på nogle flotte fyre: ”Det er sjovt at se forskellig musik og øh, se når de synger og så er der måske nogle fyre der ser rimelig godt ud, og man sidder sådan og arh savler nærmest”

Det private musikvalg, det vil sige, det der høres, når man er alene, er i høj grad bestemt af deltagerens humør, som vi så under forrige afsnit, hvilket også Lull konstaterer: “Music may be used to establish, reinforce, or change moods. The term *mood music* refers to this unique ability of the medium to create or sustain these special feelings.” (Lull 1992:22). Jeannette fra 9. klasse i Lyngby siger, at hun hører techno og nogle gange rap eller pop, eller også eller *Celine Dion*²³¹ – efter humør. I den forstand, er al den musik, Jeannette hører, *mood music*, men *Dion* er til den melankolske stemning, mens mere livlig musik er fin til lektier.

Faktisk kan musikkens tilstedeværelse være så selvfølgelig, at fraværet bliver et problem. Lasse og Asbjørn fra niende klasse i Lyngby får for eksempel problemer, hvis de slukker for musikken: ”Lasse: Hvis man sætter sig til at lave lektier mens man hører noget musik, så ... Asbjørn: så bliver der helt stille! Lasse: Så bliver der helt stille og så kan man slet ikke koncentrere sig.”

Musikkens sociale dimension giver også udslag i hvad der vælges. Især snakker deltagerne om, at der er forskel på, hvad de hører alene derhjemme, og når de er til fest. Til fest må det gerne være ”techno, hvor der er gang i den, hvor man bare lige kan stå og ryste på hovedet”. 13årige Johs fra Tinglev mener, at ”der er meget musik, som er godt at danse til og feste til, ik’? Men det er ikke sådan ... ”.

Fra pop til rap – genregenkendelse, sprog og præferencer

Som det fremgik ovenfor er en stor del af deltagerens musikpræferencer engelsksprogede fra USA eller Storbritannien. Desuden er størstedelen af de danske præferencer engelsksprogede uanset genre (bilag 9), bortset fra at rap, satire og folk har flere hits på dansk end pop og rock. Det skyldes især to ting: teksterne er centrale, idet der fortælles historier, og det gøres til en særlig kvalitet ikke at ligne den øvrige populære (og kommercielle) musik. Da de fleste deltagere i undersøgelsen er så inklusive i deres musiksmag- og brug som det er tilfældet (jf. ovenfor), kan der ikke spores entydige holdninger til dansk musik henholdsvis amerikansk musik og musik af anden oprindelse. Dansk musik kan både være godt og skidt, men det er interessant, at flere af deltagerne nærmest insisterer på, at de bedømmer

²³⁰ Radioprogram om rockhistorie på DR P3 og P4. Blev sendt fra 1992-2003.

²³¹ Canadisk popsanger og sangskriver, der startede sin karriere i 1980 som 13årig. Udgav sit første (fransk-sprogede) album i 1981 og første engelsksprogede album, *Unison*, i 1990. Kendt af fans af filmen *Titanic* for sangen *My Heart will Go on*.

bestemte kunstnere eller grupper negativt på grund af dårlig kvalitet, ikke på grund af sproget. På den anden side fremhæves sproget også ofte som en markør af kvalitet. Det vil sige, at når man hører en engelsksproget sang, produceret i USA eller England er der større sandsynlighed for, at den er god, end hvis det var en tilsvarende dansksproget dansk produktion. Deltagerne er selvfølgelig meget forskellige og har forskellige erfaringer og forskellig smag. Men generelt kan det se ud, som om der sker en automatisk forhåndsbedømmelse af musikken, før man tager den til sig: danske produktioner skal bevise, at de har noget særligt i form af god stil, humor, gode tekster og så videre, mens amerikanske produktioner til gengæld så kan skuffe ved ikke at leve op til forventningerne.

Spørgsmålet om **genkendelse** er centralt i forhold til deltagernes holdninger til både genrer og kunstnere. Genkendelse drejer sig både om genregenkendelse og om identifikation af oprindelse. På spørgsmålet om, hvorvidt man kan høre på grupperne, hvorfra de kommer – hvis man nu ikke ved det i forvejen - svarer Kristoffer fra 6. klasse i Kolding:

”Ja, ja, hvis det, hvis det nu var øh for eksempel *Spice Girls* ik’å, sådan noget rigtig øh (pause) ja hvad kan man kalde sådan noget pop øh sådan noget rigtig nymodens noget. Lige der hvor de kom ud ik’å, så vidste man jo det var fra USA, fordi de var fandeme så gode. Altså de kunne jo det hele, de havde...” Søren afbryder og siger, at de kommer fra England, og Kristoffer fortsætter: ”Ja, ja men altså, man vidste at det var sådan noget derovre fra, ik’å. Øh, det hele, alt deres, deres måde at optræde på... Det er virkelig typisk amerikansk og engelsk og sådan... De optræder altså noget mere. De er villige til at ...stille sig op på en scene og virkelig skribe ud over det hele selv om de overhovedet ikke er kendte ik’å.”

Søren siger til dette: ”Jeg tror ikke på jeg kunne høre forskel på øh *Aqua* og *Spice Girls* hvis ikke jeg vidste hvor de kom fra. (pause)... eller andre bands, altså. Der tror jeg at øh, der spiller mange af dem som der er i toppen, de spiller den samme musik uanset hvor de kommer fra, altså.” En af de andre i gruppen siger: ”Det tror jeg altså også (lang pause).”

Pigerne fra sjette klasse i Tinglev er enige i, at *Aqua* og *Me & My*²³² er ok og at man ikke kan høre, at de er fra DK. Dette anses for at være en fordel, da dansk pop ellers ikke generelt er populært i gruppen. Nogle af pigerne i sjette klasse på Nørrebro er imidlertid ikke helt enige her – de synes, at *Aqua* lyder dansk, og at man vil kunne høre forskel på *Spice Girls* og *Aqua*. Generelt mener de, at dansk pop er elendigt, men at et par enkelte slipper igennem kvalitetsnåleøjet – som for eksempel *Kashmir*. Trods det, at gruppen ligesom *Aqua* lyder dansk, reddes de af stilen og det, at det danske rent faktisk er nørrebro. Pigerne i 9. klasse i Lyngby hører ikke dansk pop – ikke fordi det er dansk, men fordi sangene er

²³² Dansk pop/dance-musikduo, bestående af to søstre. Udgav deres første album i 1996.

dårlige, siger de. Dog med undtagelse af *Lex og Klatten*²³³ og *Det Brune Punktum*²³⁴.

Sproget har en del at gøre med genkendelsen af den gode musikoplevelse. Som i forhold til fiktion bliver engelsk sprog ofte opfattet som kvalitetsmarkør, idet den dominerende holdning er, at det er pinligt, plat og uprofessionelt, hvis det er dansk – i hvert fald i de tilfælde, hvor musikken og kunstnerne forsøger at lægge sig tæt op ad internationale forbilleder. Det danske fungerer tilsyneladende bedst som noget genkendeligt dansk oprindelse i forhold til stil, indhold og humor. Pigerne i 9. klasse på Nørrebro diskuterer betydningen af sprog i relation til opfattelsen af musikkens oprindelse. De bliver spurgt om, hvorvidt de kan høre på musikken, hvor den kommer fra, hvis ikke de vidste det:

Marie: *Ja. For eksempel Thomas Helmig*²³⁵, *man kan høre på hans sange, at det er sådan... det er ligesom om, at det er en dansk tekst, som er oversat til engelsk, altså måden han synger på det er ikke på samme måde amerikansk eller engelsk sådan...Specielt udtalen ...*

Int.: *Men hvad med musikken?*

Marie: *Nej, men ikke, ikke på den måde udtalen, men musikken er sådan at... altså, man snakker jo forskelligt, ikk', og det er med dansk sprog som er oversat til engelsk.*

Int.: *Hvad med Aqua. Kunne man godt høre, at det kom herfra denne her omegn, hvis ikke man vidste de var danskere?*

Kirstine: *Nej, det synes jeg ikke.*

Julie: *Det synes jeg heller ikke at man kunne. Jeg synes at de synger rimelig godt engelsk.*

Int.: *Nu tænker jeg også på musikken.*

Julie: *Jamen, der er jo lavet mange sådan nogle efterligninger, ikke også. Men det er jo selvfølgelig også mest nordisk (ler), sådan noget Toy-Box*²³⁶, *det er jo også dansk for eksempel, ikk'. Jamen jeg synes selve musikstilen, ikk'... altså de har selvfølgelig lidt startet en hel musikstil, synes jeg, Aqua har, ikk', men det dér sådan lallepop dér, det synes jeg hele tiden, der... det altid har været.*

Lars-Peter fra 9. klasse i Tinglev siger:

Altså, mig generer det overhovedet ikke, altså hverken hvis det er dansk eller udenlandsk, øh, der er selvfølgelig noget om ... der er meget på dansk, som ikke lyder lige så fedt som på engelsk af en eller anden grund, som jeg ikke rigtig kan finde ud af, men jeg synes bare det lyder bedre på engelsk, hvis de synger, phew, så ellers så er der jo meget house music, øh, danskere har lavet lige nu, og jeg vidste slet ikke at det var danskere, der havde lavet det, jeg troede at det var amerikanere eller sådan noget, så finder jeg ud af det er danskere og så synes jeg faktisk nå, det lyder kanon-

²³³ Dansk satire/komediegruppe, der bestod af [skuespillerne Hella Joof](#), [Paprika Steen](#), [Peter Frödin](#) og [Martin Brygmann](#). Lavede et ugentlig show på TV2 i 1998, hvorfra nogle af sangene senere blev udgivet.

²³⁴ Dansk satiregruppe bestående af de samme som Lex og Klatten minus Paprika Steen. Gruppen lavede to shows i 1999 og 2002, hvorfra nogle af sangene er blevet meget kendte i Danmark, ikke mindst via tv.

²³⁵ Dansk funk/pop/rock sanger og sangskriver. Udgav sit første album i 1985. Er/har været det helt store danske teen-idol.

²³⁶ Dansk dance-band, fra 1999-2001.

fedt, øh, det... jeg kan ikke huske hvad den hedder... The Sun Is Shining²³⁷ er der en af, øh, og der er lige kommet noget med Hampenberg²³⁸, ikke fordi jeg kan lide ham (ler), men han... han, øh, han er også dansker jo, så...

Men det er ikke så let at sætte ord på, hvor forskelle og ligheder ligger – bortset fra at sproget ofte er afslørende. Lars-Peter siger for eksempel om forskellen på dansk og udenlandsk popmusik:

Øh, phew, ja men nu er der jo faktisk temmelig meget dansk popmusik jo, så jeg synes (ler) mere at, at Aqua det er mere dansk end amerikansk efterhånden, fordi der er så mange danskere, men alligevel det er jo vel i sidste ende amerikansk. [...] altså det... jeg ville ikke kunne høre det, hvis ikke jeg vidste at det var Aqua og at, at de var danske, så ville jeg ikke kunne høre det, bortset fra at de synger på sådan en lidt knap så engelsk måde... deres engelsk det er ikke lige så godt som en rigtig englænder ville have sagt det, så... men ellers så, ellers så kan jeg ikke rigtig høre forskel.”

Sprogbarriererne (jf Morley and Robins 1995:63) er ikke så udprægede i forhold til amerikansk domineret populærkultur i Danmark for de unge. En af de helt centrale musiktrend og –kulturdistributører, MTV, er baseret på ikke sprog-afhængigt indhold²³⁹, men visuelle og musikalske indtryk – små fortællinger, gentagelse, baggrund. Men alligevel har sproget betydning for musikvalg, dels i forhold til sprog som kvalitetsmarkør, dels i forhold til genkendelse og indholdsmæssig forståelse. For eksempel svarer Jesper B. fra sjette klasse i Lyngby til spørgsmålet om, hvorfor de ikke hører kinesisk eller iransk musik: ”Fordi at engelsk er det mest talte sprog i hele verden, det er der flere, der forstår²⁴⁰.” Taget for pålydende siger Jesper B. altså, at det er sproget frem for selve musikken, der afgør hans præferencer. Det er dog nærliggende, baseret på den samlede analyse af mediepræferencer, at stilen også spiller ind og at genkendeligheden i forhold til vestlig musik, såvel stilistisk som sprogligt, har betydning. “The “beat” or the “sound “ of the music is generally more important than the lyrics” (Lull 1992:20), ikke mindst fordi den rette “lyd” kan genkendes uden særlige koder. Som vi har set på baggrund af undersøgelsen, kan ordene og den kontekst, de indgår i, imidlertid også være vigtige for tilhørerne og deres valg: “People remember key lyrics – those that have a special meaning to the self or to someone else (beat and lyrics are not separate factors).” (Lull 1992:22).

Selvom drengene i sjette klasse i Lyngby ikke har lyst til at høre musik af alternativ oprindelse, har andre haft overraskende og gode erfaringer med at give det anderledes en chance. Kvalitet kan også afspejles i noget nyt, noget der lyder fedt. Det er for eksempel

²³⁷ Funkstar de Luxe sampling af Bob Marley nummeret *The Sun is shining*. Udkom først i 2001 men blev spillet i radioerne hele tiden i 2000.

²³⁸ Dansk dance-band fra slut1990'erne med Morten Hampenberg i front. Remixer i høj grad andres musik

²³⁹ MTV Nordic var engelsksproget i 2000.

²⁴⁰ Dette udsagn udløser en længere diskussion om, hvilke sprog, der er mest udbredte, jf kapitel 6.

kombinationen af tysk, afrikansk og fransk rap, som 15årige Kira fra Kolding lytter til på et tysk musik-tv-program:

Kira: Jeg er faktisk blevet lidt fascineret af det tyske rap, som der nogen gange, det er efter man har hørt det så tit, så det er sådan noget med at der er et bestemt band der hedder "Freundes Kreis" (pause) og de laver bare noget helt vildt fedt, hvor de også har noget afrikansk og fransk rap også og sådan noget. Det lyder fedt, synes jeg.

Int.: Nu siger du fransk rap. Er det en anden gruppe vi taler om?

Kira: Nej, det er nemlig dem. De er sådan 2 personer, som hele tiden har forskellige med, det er sådan, alle deres venner ved om de forskellige ting der bliver lavet ... og så kommer der alt muligt forskelligt, lyder det. Og det lyder helt vildt fedt. Men der er også nogle tyske rappere, som er meget fede.

"Hip-hop Is best understood as producing not new texts but new ways of performing texts, new ways of performing the making of meaning. and for the listener and dancer too, the fun lies in the process not the result. Not for nothing is rap a voice-based form with an exceptionally strong sense of presence". (Frith 1996:115)

"Tilstedeværelse" er central her, for rap-musikkens intensitet er central for undersøgelsesdeltagerne. Men til tider forekommer det også, som om de unge deltagere bruger rap på samme måde som en hvilken som helst anden form for populær musik.

Rap – især dansk rap – deler vandene, dels generelt, dels på tværs af grupper. Nogle kan generelt ikke fordrage dansk rap, mens andre differentierer mellem forskellige kunstnere. Drengene i 9. klasse på Nørrebro dømmes for eksempel *Østkyst Hustlers*²⁴¹ og *Den Gale Pose*²⁴² ude, mens *Clemens*²⁴³ er ok. Adam mener dog, at danske rappere generelt laver dårligt tekster. Asbjørn i 9. klasse i Lyngby kan ikke lide *Østkyst Hustlers* og *L. Ron Harald*²⁴⁴ mens *Hvid Sjokolade*²⁴⁵ og *Malk de Koijn*²⁴⁶ er i orden. Han mener i øvrigt ikke, at man kan sammenligne amerikansk og dansk rap – der er langt imellem. Anne Sofie fra 9. klasse i Kolding er generelt ikke vild med dansk rap, med en delvis undtagelse: "Altså *Clemens* ham synes jeg er meget god, sådan en gang imellem. Det ved jeg ikke. Jeg kan bare ikke lide det. Det kan godt være det er fordi det er dansk, at jeg ikke synes at det lyder godt."

²⁴¹ Dansk rapgruppe, startet i 1994 efter en P3 børneradio-udsendelse. Blandt andet kendt for *Verdens længste rap*, 1995.

²⁴² Dansk rapgruppe, startet i slutningen af 1980'erne, med blandt andre *Jokeren*. Gruppen har været med til at producere for nogle af de store amerikanske og danske hiphopnavne. De arbejdede i USA fra 2001-4 som producenter for *Solid Productions* under navnet *Madness 4 real*, og fik bla amerikansk guld.

²⁴³ Dansk rapper, der startede med at optræde i 1989. Udgav sit første album i 1997. Har vundet DM i rap.

²⁴⁴ Dansk rapper fra Sønderjylland, der på tidspunktet for undersøgelsen især var kendt for sit album *Por-nogangster* fra 1999, med nummeret *Mæ å min Kadett*, der først udkom i 1998.

²⁴⁵ Dansk rapgruppe fra 1993-2007. Første album, *Så'n Er Vi*, udkom i 1996, hvor især nummeret *Pikken i hånden* provokerede.

²⁴⁶ Dansk rapgruppe fra 1994-2004 (er muligvis ikke gået helt i opløsning men har blandt andet lavet teater siden 2004). Gruppen blev kendt for en form for genre-intertekstualitet, idet de brugte amerikanske hiphop-udtryk og slang oversat til dansk i deres numre.

Det er muligt, at "Many musicians in these countries [Sweden and Norway, GS] have returned to singing all or most of their material in their own language, reflecting a reborn nationalism and pride – a means of asserting their own culture in the face of the international popular culture, one that speaks English." (Lull 1992:17). Men hvis det er tilfældet, at musikerne også skriver og synger på dansk som et kulturelt statement, er det ikke automatisk i overensstemmelse med undersøgelsesdeltagernes holdninger og krav. Mange af dem er ikke særligt glade for dansk rap. For eksempel siger Kira fra 9. klasse i Kolding om dansk rap: "Jeg synes det er lidt til grin. Jeg synes at det øh, sådan noget med at øh ham der *Clemens* der, ham har jeg ikke særlig meget respekt for (pause). Han prøver sådan at gøre sig selv til, det er måske lidt Janteloven der træder lidt ind hos mig. (griner). Jeg synes han er ret dum at høre på (pause)."

Pigerne fra 9. klasse på Nørrebro har delte meninger om dansk rap:

Kirstine: Fordi det er sådan noget... wannabe-noget, synes jeg.

G: Hvem? Kan du nævne nogle navne?

Kirstine: Ja, ham dér MC Clemens.

Julie: Ja, han er den værste chauvinist, synes jeg.

Kirstine: Og det er også bare sådan noget, da, hvad hedder det, til det dér, øh, Grammy uddeling eller et eller andet, ikk', der kom han så op, ikke også, så lavede han, øh, det dér... det var bare sådan noget bah, det var bare rigtig ulækkert.

Julie: Der er også ham der den anden, L-Jørgen Harald, eller hvad helvede han nu hedder, han er den værste også...

Kirstine: Jo, men det er sådan en jyde, og så han lavet sådan en musikvideo, hvor at, øh, han går ud... der er sådan en mand som blaffer, en mand som kører i bil, og så går han bare ud og skyder ham, og han er... og så danser, eller han er rigtig, rigtig tyk og grim, ikk' (ler), og så danser han rundt med sådan nogle virkelig, virkelig, øhm, altså det man, man nærmest har i hovedet som duller sådan. De har sådan noget helt glat langt lyst hår og så har de de største patter, ikk', altså, og det er virkelig sådan noget... og så tror han bare selv han er så smart, og så... for det første så er han jyde, og så siger han at Sønderjylland, det er sådan... ej, men det er bare stedet, hvor alt det sker... det er bare.. (mumler).

G: Det er ikke sådan helt fedt, Sønderjylland? Hvad med Verdens længste rap?

Marie: De dér Østkyst Hustlers? Dem kan jeg godt lide.

Julie: Dem kan jeg ikke lide.

Kirstine: Dem kan jeg heller ikke lide.

G: Hvorfor kan du godt lide dem, Marie?

Marie: Det er sådan deres tekst. Det kan godt være, fordi de har jo lidt chauvinistisk, ikk'...

Julie: Lidt?

Kirstine: Det er bare meget.

Marie: Men, men jeg kan stadig godt lide dem, fordi det er sådan... det er meget god rytme, der er i, og så deres anden cd, det dér med, øh, han får lidt

og alt det dér... det handler alligevel om noget meget godt, hvor de sådan... de laver også grin med nogle ting. Det kan jeg godt lide, at de gør.

Kirstine: Jeg kan meget godt lide den, øh, Humleridderne²⁴⁷.

Julie: Lige da de kom ud, da kunne jeg meget godt lide dem, men da var jeg selvfølgelig også lidt yngre, ikke også, men der kunne jeg meget godt lide dem, fordi... de havde nogle meget gode rytmer i deres sange og det var sådan... det var også sjovt på en eller anden måde, ikk'. Men igen, det er ikke, det er ikke det musik, jeg kunne finde på at sidde og høre sådan derhjemme. Kun, kun til fester, altså der er virkelig forskel på det, jeg hører derhjemme og det, jeg hører til fest. Det er lidt mere stille og seriøst det jeg hører derhjemme, ikk', altså det er... det jeg hører når jeg er til fest det er sådan tomhjernet festmusik.

13årige Regitze fra Tinglev kan overhovedet ikke lide rap, men synes dog at *L.Ron Harald* er god. Hun ved, at han kommer fra Sønderjylland, men på forespørgsel. Også nogle af drengene fra 9. klasse i Tinglev synes, at *L.Ron Harald* har nogle rimeligt fede sange. Men de mener dog, at han dog nok aldrig ville blive populær i USA. Lars-Peter på 15 (også Tinglev) synes ikke, at sønderjyder bør være alt for stolte af *L.Ron Harald*, for han er ifølge Lars-Peter i den grad typisk bonderøv og for meget.

Pigerne i 9. klasse i Lyngby har mange meninger om rap musik både i forhold til stil, oprindelse og forskelle. For eksempel synes Jeannette godt om nogle af de danske rappere (*Den Gale Pose* og *Clemens* og *G-Bach*²⁴⁸) på grund af attituden "og så den der aggressive, overlegne, irriterende type der bare sådan arh slynger alt muligt lort ud om folk som han slet ikke ved noget om. Det synes jeg er meget fedt en gang imellem, fordi det gør vi jo selv." Hun siger, at hun selv lytter efter teksterne: "Altså den første, så var der bare een af de der sange, som man syntes OK, og så var det bare sådan at melodien der hang der i omkvædet og sådan noget. Men så købte jeg så CD'en og nu kan jeg alle numrene dem kan jeg uden ad og øh. Jeg synes at teksten den bliver federe og federe jo mere man hører den. Giver mere og mere mening." Som mange andre af undersøgelsesdeltagerne mener Jeannette, at teksterne er specielt vigtige i rap-musik. Til gengæld er hun ikke generelt så imponeret over amerikansk rap-musik:

Jeannette: Der er da også meget der er fedt. Men det minder meget om hinanden altså, det er sådan een eller anden mulat der går rundt med sådan een guldkæde og sådan nogle store bukser, og øh. Det, jeg ved godt det er sådan lidt en fordom, men altså sådan er det tit, jeg synes når man ser M-TV og der kører noget rap, så er det dem der, og så har de, arh de har så mange penge og har nogle lækre lyshårede piger, der står og så har de sådan en cigar i munden og champagne, og så står de og siger alt muligt fedt og sviner regeringen lidt til og så er den ikke længere.

Int.: Så det er ikke noget om deres barske opvækst i ghettoen?

²⁴⁷ Dansk hiphopband dannet i 1987. Blev nye danske navn ved *Danish Music Awards* i 1997 for deres første album, *Jeg gi'r en omgang, hvis du gir to!!*, der udkom i 1996.

²⁴⁸ G-Bach alias Rasmus Seebach, der også spiller sammen med broren Nicolai (brødrene er sønner af popsangeren Tommy Seebach). G-Bach har primært udgivet singler og demoer fra 1999 og frem og har medvirket på mange danske kunstneres produktioner.

Jeannette: Det er der også tit, og så skal man have lidt medlidenhed med dem eller sådan noget, så synes de selv de er sådan?

De andre i gruppen tilføjer, at selvom der er nogle amerikanske rappere, der har lavet noget fedt så bliver man noget træt af at lytte til det fordi "Det er sådan det samme beat der kører igen, sådan. Altså i USA ja." De mener, at dansk rap er mere alsidig. Regitze siger: "Der er stor forskel på det danske rap altså *Østkyst Hustlers* og *DGP* og *Clemens*, de skiller sig meget ud fra hinanden, synes jeg. Når man tænker på *TuPac* og sådan nogle, *Doggy-Dogg*, så minder de meget om hinanden, altså de amerikanske."

Blandt drengene i 9. klasse på Nørrebro er musikpræferencerne primært udenlandske, selvom Mounir mener, at *Aqua* lyder ok. *Clemens* er inde, mens *Østkyst Hustlers* og *Den Gale Pose* er ude. Mounier mener, at danske rappere laver dårlige tekster. Ahmed fra sjette klasse på Nørrebro har ikke nogle specifikke præferencer, men foretrækker generelt rap: "Jeg elsker at høre musik, men øh... sådan noget øh, rap sådan ligesom. Ja, ikke nogen bestemt... altså jeg kan godt lide altså og høre sådan noget rap, men, øh... altså, jeg synes alle er gode. ... ikke pop, synes jeg ikke. (skærer ansigt)".

Opfattelsen kvalitet og definitionen på god smag er generelt en blanding af subjektivt bestemte holdninger og holdninger genereret i de sociale fællesskaber, deltagerne er en del af. Derfor er der, som det ses ovenfor, divergerende og overkrydsende holdninger til smag og kvalitet og til betydningen af musikkens oprindelse blandt de enkelte deltagere og grupperne. Ind imellem dukker der imidlertid eksempler på fælles afsmag op. Det gælder for eksempel drengene fra sjette klasse i Lyngby, der er enige om, at *Aqua* og *Cartoons*²⁴⁹ er dårlige (fordi det er musik for de seks til otte-årige), og at *Danny Kool*²⁵⁰ er SÅ dårlig (fordi han tror, at han er noget). I begge tilfælde ses en blanding af, at man rent faktisk foretrækker andre genrer og produkter (her rap og techno), men også, at smagen påvirkes af den kontekst, musikken optræder i. Følgende udveksling er et godt eksempel på dette og på, at bølgerne går lidt højere i en gruppe, end hvis man sidder og mener noget for sig selv. Udfaldene mod *Danny Kool* accelererer i hvert fald.

Jesper B.: Nej, jeg er ikke misundelig på ham. Han har ikke nogen succes, og han får det heller aldrig.

Int.: Hvorfor?

David: Han kan ikke synge.

Jesper B.: Jamen, han tror, han ...

Jesper A.: Han tror han er smart.

²⁴⁹ Dansk musikgruppe, der kalder sig selv for "verdens største tegneserieband". Et af de bedst sælgende danske bands i international sammenhæng. Kendt for deres scene outfit, der karikerer amerikanske 50'er stjerner og for deres cover-versioner af 50'er og 60'er numre. Første album, *Toonage*, udkom i 1999.

²⁵⁰ Dansk pop/rap sanger, der udgav sit første (og eneste) album, *Danny Kool*, i 1999. Blandt andet kendt for at være lillebror til søstrene i gruppen *S.O.A.P.* Har optrådt med sin familie siden han var tre år.

Jesper B.: Han tror han er smart. Det er kun fordi hans storesøstre vistnok er Juice²⁵¹ eller sådan noget.

Jesper A.: Ja, hans dansere er bare sådan en 10 år ældre end ham..

Jesper B.: Hende der spillede med i Bøllebob, der var den søde og dygtige pige, hun er en af hans dansere.

Jakob: Ja, hun går bare i gymnasiet eller sådan et eller andet.

Int.: Og så står han der - hvor gammel er han?

Jakob: Ja, så står han foran og kysser hende på videoen og sådan noget.

Jesper B.: Han.. han er lige så gammel som os, 13 tror jeg han er nu.

Int.: Men han er ikke lige så populær, kan jeg forstå?

Jesper B.: Nej, det er han i hvert fald ikke. I min lillebrors klasse er der nogle af dem der er - der er vist kun én, der kan lide ham, tror jeg.

Jesper A.: Han skal dø (ler).

Jesper B.: Det er nemlig rigtigt, A, han skal dø.

Jakob: He's going to die... (dramatisk tonefald)

Dialogen er jo i realiteten absurd men demonstrerer et klart eksempel på, at man kan gribe en fælles afsmag og gøre den til udgangspunkt for en stærkere fælles følelse. Også pigerne udtaler sig meget gerne om *Danny Kool*, og det er ikke blide ord, han får med på vejen, for eksempel fra pigerne i sjette klasse på Nørrebro: "han er forfærdelig. Han er bare...en bonderøv! Han er paddedum, han er plat, han er en blærerøv, og..." Kritikken går ikke specifikt på musikkens kvaliteter, men snarere på attituden. Selvom hip hop i høj grad, som det fremgår nedenfor i afsnittet om rap, handler om attitude og fremtræden, har *Danny Kool* tilsyneladende ramt meget ved siden af. Det interessante er, at hans største kritikere kommer fra hans egen aldersgruppe, så musikkens kvaliteter uforsagt, tyder noget på, at de undersøgelsesdeltagere, der kritiserer ham, har brug for noget distance i forhold til de kunstnere, der foretrækkes. Han er for pinligt meget dem selv i et forsøg på at "være noget".

Opsamling

På den ene side kan musik altså betragtes som globalt, kulturelt udtryk og som lokal oplevelse. Musik er et universalt sprog, som deltagerne i nogle tilfælde møder gennem en bestemt stil (hiphop for eksempel) og genre (rap for eksempel). Men musikken har også i høj grad kraftige dialekter og er helt central i lokal kultur, skønt de markante træk, som teoretikerne trækker frem er nedtonet i de repræsentanter for dansk ungdomskultur, som har deltaget i projektets empiriske undersøgelse. I det små ser det dog ud, som om deltagerne indimellem (tilfældigheder) foretager aktive valg og opsøger nye muligheder. Lull opfattelse af kulturel reterritorialisering er, at det er: "a process of active cultural selection and synthesis drawing from the familiar and the new (Lull 1995: 160-61)". Det vil sige, at for at de unge deltagere skal kaste sig ud i nye oplevelser, skal det have en reference til noget velkendt.

²⁵¹ *Danny Kool* er i familie med S.O.A.P-pigerne, ikke *Juice*. Men *Juice* er også en pige gruppe, omend mere internationalt funderet r&b/soul-pop. Udgav første album i 1996 og det andet i 1999.

Arabisk rap kan formentlig derfor godt blive optaget blandt deltagerne, hvis de for det første kan møde det/få adgang, for det andet hvis balancen mellem de velkendte hiphop beats og stiludtryk på den ene side og en arabisk ditto på den anden side er i orden.

Frith siger at "what makes music special – what makes it special for identity – is that it defines a space without boundaries (a game without frontiers). Music is thus the cultural form best able both to cross borders ...- and to define places;" (Frith 1996:125). Principielt har han ret, og der spores tendenser blandt undersøgelsens deltagere til at realisere dette. Men i dagligdagen er realiteten, at deltagerne i undersøgelsen, trods musikkens plads i deres hverdagsliv, er ret pragmatiske omkring deres præferencer og valg, og ret tilbageholdende med at krydse musikalske grænser. De fleste deltagere befinder sig på et tidspunkt i deres liv, hvor det genkendelige og de sikre fællesskaber opleves som uhyre nødvendige i den sociale og kulturelle identitetsdannelse.

5.4. Medieret, personlig kommunikation

Historisk set har muligheden for at formidle personlige kommunikation på tværs af afstande været ganske banebrydende for vores forståelse af verden og dens udstrækning og for den psykologiske og sociale frigørelse fra den fysiske lokalitets begrænsninger. Telegrafens fremhæves ofte som den mest revolutionerende kommunikationsmulighed, siden Gutenberg muliggjorde populariseringen af det skrevne ord (McLuhan 1964/94; Thompson 1995), netop fordi man nu kunne koordinere begivenheder hurtigt på trods af afstand i tid og rum. Telefonen var næste væsentlige opfindelse (ibid.; Ling 2004), og det blev den ved med at være for den enkelte person i næsten et århundrede, indtil den personlige computer med adgang til Internettet begyndte at blive udbredt i midten af 1990'erne – i samme periode, hvor mobiltelefonen fandt vej til almindelige menneskers lommer. Det vil sige, at voksne i dag er vokset op med effektive medier til personlig kommunikation, som telefon, telefax og radiosignaler til langdistance-kommunikation, mens nutidens unge er vokset op med de digitale kommunikationsmedier for hånden.

Generelt opfattes adgangen til elektroniske kommunikationsmidler som en selvfølgelighed. På tidspunktet for afhandlingens undersøgelse var det, som det fremgår af kapitel 4, ikke alle, der havde adgang til pc'er og internet i hjemmet, og omkring halvdelen havde ikke egen mobil. Men alle havde adgang til computer og internet på skolen, biblioteket og hos vennerne og til en fastnettelefon, hvis man ikke havde mobil. Deltagerne i undersøgelsen finder det selvfølgeligt, at man hurtigt og ubesværet kan komme i kontakt med hinanden og blive holdt opdateret i de sociale netværk via telefon, Messenger eller e-mail. 12årige Kristoffer fra Kolding mener for eksempel, at internet er for alle, og suppleres af Søren på 13 år, der siger, at "på internettet kan man finde det hele. Alt hvad man overhovedet har lyst

til". Et andet eksempel er 15årige Kirstine fra Nørrebro, der i høj grad udnytter de digitale muligheder. Udover at hun sender sms'er og ringer fra sin mobil og bruger e-mails, sender hun for eksempel masser af celebrity-fotos til en anden pige fra klassen, som har samme interesse – og de har fundet ud af at sende sms-beskeder til hinanden over nettet, fordi det er billigere end via mobilen²⁵². Desuden finder Kirstine små film på nettet om alt muligt, der interesserer hende. Og hun spiller computerspil med og mod sin far eller sine søskende via et lokalt netværk.

Udover denne oplevelse af selvfølgelighed, som deltagerne forbinder med adgang til kommunikationsteknologier, især digitale, viser eksemplerne senere i afsnittet i undersøgelsen, at deltagerne tager reduktionen af betydningen af tid og rum for en selvfølge i deres dagligdag. Forestillingen om en tilværelse og et samfund, hvor man ikke straks kan kontakte eller kontaktes er umulig, og det betragtes blandt deltagerne som helt naturligt, at man uden videre kan være i stadig kontakt ude og hjemme; at man kan ringe eller e-maile eller kommunikere via Messenger både helt lokalt og til den anden side af kloden, uanset i hvilken grad man udnytter det.

Dette informationsbillede, der især er præget af hastighed, tilgængelighed, ubesværet og selvfølgelighed, indvirker radikalt på opfattelsen af verdens udstrækning, til dels understøttet af, at man også kan hente billeder (dvs alle mulige former for informationer) om andre dele af verden ned. Men ikke bare omsætningen i den medierede, personlige interaktion er accelereret. Også globaliseringsprocessen speedes således gevaldigt op, fordi man bliver i stand til at forholde sig til verden på en helt ny måde. Giddens siger blandt andet om dette:

Mechanical technologies of communication have dramatically influenced all aspects of globalisation since the first introduction of mechanical printing in Europe. They form an essential element of the reflexivity of modernity and of all the discontinuities which have torn the modern away from the traditional.

(Giddens 1990: 77)

Giddens synspunkt her er selvfølgelig ikke overraskende i lyset af hans generelle teorier omkring modernitetens betingelser. På mange måder holder hans teori her i forhold til undersøgelsesdeltagerne synspunkter på verden: de har generelt et solidt udblik og bliver ikke "an sich" fuldstændigt overvældede over verdens udstrækning og vilkår. På den anden side viser min undersøgelse, at de digitale kommunikationsmedier måske nok åbner muligheder for global interaktion, men langt størstedelen af kommunikationen finder sted mellem personer, der ser hinanden ofte, ja dagligt, som bedste venner og familie. Selv når deltagerne kommer med eksempler på kommunikation i et globalt perspektiv, er der ofte tale om e-mails med en søster, der bor i et andet land, telefonsamtale med en tante på ferie eller

²⁵² En mulighed, der senere er blevet forhindret af teleudbydere, bortset fra i relation til besked-funktioner for forskellige firmaer mm.

opringninger hjem til med henblik på distancekoordinering af den hjemlige base. Rasmus fra 9. klasse i Kolding siger for eksempel: "Jo altså når mine fætre har været i udlandet, så har jeg da snakket med dem over e-mailen." Interessant nok siger Rasmus, at han har *snakket* med fætrene, det vil sige, at de har haft en udveksling, der på en måde kan sammenlignes med en samtale, hvilket i øvrigt opleves af deltagerne som mere nærværende kommunikation.

Enkelte undersøgelsesdeltagere har e-mail (og brev)pennevenner fra andre lande, som man udveksler baggrundsinformation med og tjekker kulturelle lighedspunkter og forskelle med. Men funktionen er tilsyneladende netop det traditionelle pennevensbendtskabs let distancerede relation, som først helt vil udfolde sig, hvis man besøger hinanden. For eksempel drømmer Daniel på 15 (Tinglev) om at besøge sin amerikanske penneven. Daniel har tidligere været penneven med én fra Colombia, men den forbindelse gik i sig selv. Internettet bruges også til kommunikation med familiemedlemmer i udlandet, enten danskfødte, der er flyttet, eller unge med ikke-dansk baggrund, som holder forbindelsen med familien i hjemlandet. Her bliver forbindelsen et vigtigt redskab til opretholdelse af fortrolighed og familiefølelse, suppleret af dyrere telefonsamtaler ved særlige lejligheder og gensidige besøg ved sjældne lejligheder. Nogle af deltagernes udsagn peger desuden så småt i retning af fremtidige anvendelser og betydninger af de digitale kommunikationsmediers potentialer. For eksempel siger Bjarke på 12 år fra Tinglev, at han ganske vist ikke har prøvet at chatte med nogle fra andre lande, men "Jeg ville gerne prøve det. Så kunne man jo snakke om hvordan det var derovre og sådan noget." Bjarke bruger som de andre drenge i gruppen computer og internet i begrænset omfang og har ikke mobiltelefon, men da han ofte bruger computeren på skolen til at søge informationer og nogle gange til at chatte, er det ikke, fordi han er afvisende over for de potentielle anvendelser. Hans erfaringsgrundlag er snarere resultatet af begrænset adgang i kombination med det hverdagsliv, han lever.

En anden væsentlig pointe omkring den personlige udveksling er forholdet mellem "disembodiment" og "embodiment", det vil sige forholdet mellem muligheden for at se bort fra kropsligheden i kommunikationssituationen og begrænsningen i den fysiske realitet. For eksempel siger John Tomlinsen, at "we live in the local because we are limited by our bodies" (Tomlinson, afslutningsseminar for *Mediekulturer uden grænser* 2001). Og det er præcis en gennemgående iagttagelse, som mine undersøgelsesdeltagere har gjort: man er ganske vist fysisk til stede i sine lokale omgivelser. Men man kan nok bevæge sig symbolsk på tværs af tid og rum og være til stede i virtuelle rum sammen med andre, der befinder sig på en anden geografisk lokalitet. Det vil sige, at man kan forestille sig en tilstedeværelse i et fælles rum. Nye medier giver os ifølge Tomlinson netop mulighed for at "miste" vores krop og "kommunikere med hjertet". Et eksempel er de undersøgelsesdeltagere med indvandrerbaggrund i undersøgelsen, som Mounir fra niende klasse og Sukran fra sjette klasse på Nørrebro, der ringer/mailer hjem til det 'gamle' land og etablerer en følelses-

mæssig kontakt alene gennem selve kommunikationen og dens indhold samt forestillingen om fællesskabet og den delte følelse. Dette uddybes i et afsnit nedenfor.

Et andet område, der er centralt her, er, at kommunikationsmulighederne udover de konkrete funktioner har betydning som led i afprøvning af social, kulturel og psykologisk identitet. Det har de, fordi den medierede kommunikation netop i den aldersgruppe, afhandlingen beskæftiger sig med, i så høj grad har betydning. De unge udnytter de digitale kommunikationsformer i deres sociale orientering og forankring, ikke blot gennem evig snak, for det er der ikke så meget nyt i, men gennem den stadige opdatering og udveksling af informationer om stort og (især) småt. Det vil sige, at der foregår en konstant afprøvning af sociale normer og disses funktion i de forskellige relationer. Pigerne i niende klasse i Lyngby taler for eksempel hele tiden med dem, de også taler mest med til hverdag:

Ane: Hvis der er sket et eller andet så skal man lige fortælle det til veninden. Hvis man lige tænker over hvilken farve man skal farve sit hår, så ringer man lige til et par veninder.

Karina: Øh altså jeg tror også meget telefonen kan bruges til, hvis for eksempel jeg skal skrive en opgave. Så ringer man lige, og hvad har du skrevet og (andre siger ja i kor). I stedet for at køre der over. Det ikke fordi jeg sådan specielt har lyst til at se Ane, Michael eller Jeannette for at spørge om noget opgave. Jeg vil hellere se dem, når vi skal snakke om noget andet, eller lave noget sjovt. Og så udvikler det sig som regel. Så det ender med at man sidder og snakker om alt muligt andet.

John B. Thompson sammenfatter betydningen af kommunikationsmedier således:

We must see, instead, that the use of communication media involves the creation of new forms of action and interaction in the social world, new kinds of social relationships and new ways of relating to others and to oneself. When individuals use communication media, they enter into forms of interaction which differ in certain aspects from the type of face-to-face interaction which characterizes most encounters of daily life. They are able to act for others who are physically absent, or act in response to others who are situated in distant locales. In a fundamental way, the use of communication media transforms the spatial and temporal organization of social life, creating new forms of actions and interaction, and new modes of exercising power, which are no longer linked to the sharing of a common locale.

(John B. Thompson: *The Media and Modernity* 1995:4)

En af Thompsons pointer er, at nye former for at udøve magt eller få indflydelse opstår, fordi man ikke længere er begrænset af den fysiske realitet i sine sociale relationer. Thompson taler ganske vist generelt om teknologiske kommunikationsformer i forhold til ansigt-til-ansigt kommunikation. Men hans argument er kun blevet forstærket gennem den gennemgående adaptation af digitale kommunikationsformer. Således har de unge i undersøgelsen potentielt og reelt en større mulighed end deres forældre for at komme til orde og blive hørt og trænge ud over den lokale kontekst. Som vi så i afsnittet 5.1. *Fakta – viden om ...* er dette på den ene side ikke umiddelbart undersøgelses-deltagernes egen opfattelse, men på den anden side kan de ikke nødvendigvis se, hvor deres interaktion med omverdenen adskiller sig fra tidligere generationers, fordi de primært kender en anden medie-

historie fra forældres og bedsteforældres og læreres anekdoter. Erkendelsesgraden går blandt undersøgelsesdeltagerne snarere på, hvordan de digitale medier udvikler sig. For eksempel husker Karina, hvordan hun i begyndelsen, da hun fik en mobil med sms var helt fascineret, når hun fik en besked: "Narj, der er nogen, der har skrevet til mig!". Et andet eksempel på dette er en ganske dominerende holdning til almindelig chat som noget, man gjorde, lige da det kom frem, men ikke gider længere, jf. næste emneafsnit. Således udnytter de unge i dagligdagen til stadighed mulighederne for at skabe de nye former for "socialt liv", som Thompson nævner. På dette tidspunkt har antallet af unge med mobiler netop nået den kritiske masse, der skal til, for at den har gennemslagskraft som socialt medie.

Selvom man nødvendigvis også må studere de enkelte medier og deres anvendelse som særlige fænomener, er det vigtigt også at huske på, at de enkelte medier indgår i et samlet repertoire af medier i vores hverdagsliv, og at man må se på "The totality of communication practices as a repertoire and the relationships between its elements", og at der er en kontinuitet mellem de praksisser, der karakteriserer brugen af de enkelte medier (Haddon 2005:19). Derfor er såvel de enkelte kommunikationsformer som deres samlede og de samlede mediers udbredelse og indflydelse i ungdomskulturerne interessante.

I de to følgende afsnit ser jeg nærmere på de mest udbredte former for medieret kommunikation i deltagerens hverdagsliv, først telefonens, dernæst internetbaseret kommunikation.

Telefonen – redskab for mikrokoordinering og social interaktion

Som det fremgik af afsnit 4.2. om medieadgang og præferencer har gennemsnitligt 49% af deltagerne egen mobiltelefon, om end ikke ligeligt fordelt: langt flere af de 15-16årige end de 12-13årige har mobil: 34% af de yngste drenge mod 64% af de ældste, og 36% af de yngste piger mod 62% af de ældste. Det betyder, at mobilbrugen er temmelig integreret blandt de ældste og på vej hos de yngste. Holdningen til mobiltelefoner blandt deltagerne er gennemgående, at det er en rigtig god mulighed for opdatering, koordinering og social kontakt i de sociale netværk. Der er dog også undersøgelsesdeltagerne, der udtrykker nogen skepsis overfor fænomenet mobiltelefoner. Det er først og fremmest de yngste (hvoraf ikke så mange har egen mobil, jf. kapitel 4.2) og de øvrige, der (endnu) ikke har en mobil. For eksempel siger nogle af drengene i sjette klasse i Tinglev, at ingen har mobil (blandt dem), men de gider heller ikke snakke i dem. Det vil sige, at mobiltelefoner ikke er en af deres interaktionsmuligheder i deres sociale netværk. Til gengæld bruger de internetbaseret kommunikation, primært i form af chat. I det øjeblik mobilens kollektive sociale betydning, bliver synlig også for skeptikerne, vil de med stor sandsynlighed også have en for ikke at blive hægtet af det sociale liv.

Der er ikke i spørgeskemaet spurgt til, hvor mange, der har fastnettelefon, men ifølge statistikken (IT- og telestyrelsens halvårsrapporter), vil det være stort set alle. Som vi så ovenfor, spiller medieteknologierne og deres anvendelse i dagligdagen sammen, og helt oplagt

er de to telefonformer selvfølgelig forbundet i kraft af deres egenskaber som telefon. Men derudover afskiller de to telefonformer sig betydeligt: modsat mobiltelefonen er fastnettelefonen som nævnt en kollektiv telefon for familien, og brugen skal muligvis forhandles med andre. Brugen kan ikke altid finde sted i privathed, og kommunikationen bliver selvfølgelig præget af omgivelserne og evt. "støj".

I en konkret forstand befordrer mobil kommunikation muligheden for udvidede rammer for mobilitet og social interaktion. Undersøgelsesdeltagerne bruger primært mobiltelefonen til kommunikation i form af samtaler og sms. På undersøgelsestidspunktet er de mest almindelige telefoner ikke avancerede, men kan bruges til kommunikation og forskellige redskabsfunktioner, og man kan sige, at teknologiske affordances og brugernes behov stemmer nogenlunde overens. Kun en enkelt har haft fat i en wap²⁵³-telefon, som man hente informationer fra internettet ned til. Redskabsfunktioner som ur, vækkeur og adressebog bruges af deltagerne. Underholdning i form af små spil (*Snake* for eksempel) bruges som ventetids eller transport beskæftigelse af nogle få.

Et blik på Thompsons pointe omkring de ændrede betingelser for udfoldelse af socialt liv peger på især ét forhold, der for alvor er ændret ved brugen af mobiltelefonen: Man ved, at man ringer til en person, når man ringer til en mobil-telefon²⁵⁴. Det betyder for det første, at mobiltelefonen bliver en forlængelse af den personlige relation især i ungdomskulturen. For det andet betyder det, at man ikke behøver at forholde sig til andre end den, man vil kommunikere med. For det tredje betyder det, at mobilen repræsenterer brugeren i form af de informationer, der ligger i den og den tilpasning, som brugeren har foretaget (ringetone, set up med mere). De digitale spor af hverdagslivet samles i de digitale medier.

Afhandlingens undersøgelse har ikke målt omfang og art af deltagernes telefonbrug, eller af de hyppigste kommunikationspartnere, men den kvalitative undersøgelse peger på, at en meget stor del af kommunikationen i høj grad finder sted lokalt, det vil sige som bindeled mellem venner og familie. Man sms'er og ringer mest med dem, man i forvejen træffer mest. Sms-beskeder har i visse grupper væsentlig betydning, ikke alene som informationsudveksling, men også som manifestation af tilstedeværelse og kontrol af gruppetilhør. Konstant tilstedeværelse er central, og det at være tilgængelig "on the move" betyder, at de sociale netværk og fællesskaber følger med, uanset, hvor man er. Informationsomsætningen i de sociale kontekster øges. Det betyder for det første, at intensiteten øges og kræver en del energi, for det andet, at der investeres endnu mere i de lokale relationer, som fylder noget i dagligdagen på alle kanaler. Ifølge Manuel Castells er integrationen af mobil kommunikation i vores hverdagsliv total, og mobilen får derfor en helt central rolle i vores samtid (Castells et al. 2007:77): "Because mobile communication is pervasive and reaches all

²⁵³ WAP= Wireless Application Protocol. WAP er en protokol for dataoverførsel på mobiltelefoner til hjemmesider tilpasset mobilen og andre former for data.

²⁵⁴ I hvert fald fra det tidspunkt, hvor undersøgelsen finder sted. I tidligere undersøgelser har jeg fundet eksempler på, at familier havde mobiltelefoner, men mest i egenskab af en transportabel hustelefon.

domains of human activity, its mediating effects can be observed in these different dimensions. ... Hence, as elements of daily routine, wireless technologies, especially the mobile phone, are perceived as essential instruments of contemporary life.”



Figur 33. Signe, 6. klasse.

Tegningen viser et scenarie med mobiltelefonen i centrum. Fokuseringen på telefonen og samtalen understreges af, at det traditionelle fysisk afgrænsede rum (værelse, stue, køkken) ikke er tegnet. Rummet markeres kun ved det bord (formentlig), Signe sidder på. Det personlige symboliseres ved lava-lampen, der som eneste artefakt ud over telefonen har fået lov til at komme med på tegningen.

Som i andre tegninger er det sagte repræsenteret af "Bla, bla, bla". Det er oplagt at tolke det som tegnerens refleksion over samtals primært fatiske funktion. Det er vigtigt bare at være i forbindelse. Dertil kan man dog lægge, at "Bla" måske bare skal symbolisere, at der er en samtale i gang.

Det kunne i øvrigt se ud, som om det er en længere samtale, eftersom Signe har sat sig ned. Mange af pigerne i undersøgelsen siger, at de er i stand til at tale meget længe i telefon. I så fald er det dog oftest i den stationære og ikke i den (for informanten) dyrere mobil.

På undersøgelsestidspunktet står en del af de, der endnu ikke har en mobil, og tripper en lidt på sidelinjen til denne accelererende mobile sociale interaktion. Heldigvis fungerer fastnettelefon og Messenger og e-mail også som sociale kommunikationsformer, men man sporer, som nævnt, i undersøgelsen, at mobilen i høj grad understøtter den sociale interaktion og sammenhæng.

En af de betydninger af mobilen, som især Rich Ling har skrevet om, er brugen af sms-beskeder i dagligdagens koordinering af et utal af aktiviteter – såsom opdatering på personlige relationer, aftaler og underholdning (Ling 2004). Denne mikro-koordinering finder sted løbende og er blandt andet med til at gøre forholdet til tid og sted relativt: man kan altid lige sende en sms og sige, at man kommer for sent; og behøver ikke den fuldstændigt nøjagtige lokation for et møde, for man kan jo koordinere også, hvor man befinder sig via mobilen. Drengene i niende klasse i Lyngby bruger for eksempel mobilen til at opdatere omkring aktiviteter og til at tjekke lektier og lignende, men de er enige om, at de i modsætning til pigerne er til korte og praktiske informationsudvekslinger, mens pigerne sludrer løs.

Pigerne i samme klasse bekræfter indirekte dette gennem beskrivelsen af deres mobilbrug: de både taler og sms'er meget, og for eksempel fører en besked eller samtale mere kommunikation med sig: "Det er mere det der når man skal sende en besked så synes man, at man skal lige fyre et eller andet af sådan. Årh, en fed kompliment eller sådan et eller andet og så lige skrive et eller andet andet."

Udover brug af sms til mikro-koordinering har sms-beskeder også en særlig anvendelighed i kommunikationen i især nære relationer. Pigerne i 9. klasse på Nørrebro har en længere diskussion om fordele og ulemper ved skriftlig, digital kommunikation som chat og sms. På den ene side er de enige om, at det er vanskeligt at udtrykke det, man vil, på skrift, fordi man mangler væsentlige informationer om hinanden i situationen. Marie på 15 siger:

Der er jo forskel på at høre en stemme og på at skrive noget. Altså at skrive sammen - det er altid fedt at få breve, eller i dette her tilfælde e-mails og sms, ikk', men det er noget helt andet at snakke med folk, fordi man kan udtrykke noget, også med tonelejet, altså det betyder jo også en hel del sådan hvis man råber et eller andet eller hvisker det, men man kan jo ikke sidde og skrive "nu hvisker jeg", øh, det kan man jo ikke skrive vel²⁵⁵.

På den anden side kan sms have sine fordele. For eksempel tør drengene, de kender, ikke tale direkte til pigerne, eller ved ikke, hvad de skal sige. Men i en sms kan drengene ifølge 15årige Julie sagtens udtrykke sig:

²⁵⁵ Dette udsagn er ikke helt i overensstemmelse med undersøgelser (for eksempel Laursen 2005), der viser hvor mange nuancer, der kan ind- og aflæses af sms-beskeders form, ordvalg og emoticons, især i kommunikation mellem nære relationer, hvor man har en del forhåndsviden om hinanden. Men pigernes kommentarer viser, at hver kommunikationsform vælges i forhold til styrker og svagheder som kan skifte i forhold til, hvilken type relationer, der er tale om.

For eksempel drengene fra klassen, ikke også, de tør ikke at ringe til pigerne og snakke med dem, men de tør godt at skrive SMS-beskeder, det er sådan lidt... Det er fordi de er generte, tror jeg. Det er ikke samme form for kommunikation. De ved ikke hvad de skal snakke om, vel. Det er sådan noget, når man, hvis man snakker med dem i telefonen, så er de meget sådan: "øh, ja" sådan de ved ikke rigtig hvad de skal sige, men de kan sidde og skrive.

Pigerne mener ikke selv, at de har samme problem, men at de kan sige, hvad de vil i hvilken som helst form. Og for de, der bruger sms med vennerne, kan selve udvekslingen være intens. 15årige Ane fra Lyngby kalder for eksempel sms for chat på mobilen.

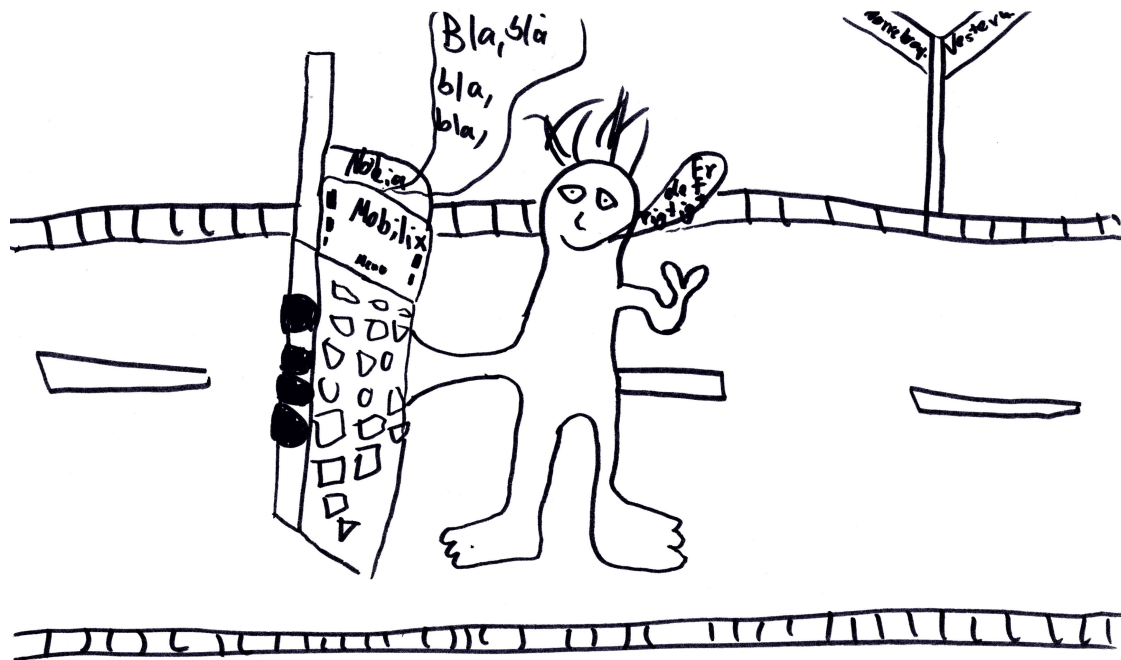
Selve adgangen til mobiltelefonen fører nye interaktionsvaner med sig. For eksempel siger 15årige Ane fra Nørrebro om det at sms'e eller ringe til vennerne: "Det er godt nok meget upersonligt, altså. Man kunne jo lige så godt (pause) komme over til een, men (pause) men nu er den sådan lige ved hånden (pause)..."

Drengene fra sjette klasse på Nørrebro har hverken mobiltelefon eller let adgang til telefon hjemme, og derfor er billedet anderledes for dem:

*Int.: Bruger du telefonen?
Omar: Næ.
Yasier: Han bruger hans fødder.
Int.: Fødderne?
Yasier: Ja, han går når han skal snakke med andre.*

Som det fremgår af de forudgående citater, er de unges telefonbrug, i særlig grad mobilen, karakteriseret ved kommunikation i lokale kontekster, mellem dem, man er tættest på, de stærkeste bånd (Granovetter 2001; Ling 2008). Kun ganske få ringer til udlandet, og det er især unge med indvandrerbaggrund, som anskaffer billige taletidskort for at ringe hjem og tale med familien. Det gælder for eksempel 16årige Mounir fra Nørrebro: "Ja, jeg ringer til min familie i Pakistan. Jeg ringer med sådan et kort, jeg har ... Det er billigere, og man kan ringe ved alle højtider. For en halv time kan du ringe for 115 kroner." 12årige Sukran fra Nørrebro ringer til familien i Tyrkiet via 1001 eller taletidskort, som ifølge hende er billigere end almindelig takst.

Fastnettelefonen bruges i højere grad end mobilen til "officiel" kommunikation med institutioner og i praktiske sammenhænge, og for de unge i undersøgelsen, der har en mobil, spores tydeligt den tendens, som er væsentlig for afhandlingen: at mobilen styrker de eksisterende, nære relationer i en lokal kontekst og i realiteten også i en global kontekst gennem de få eksempler der er på, at man ringer hjem fra en rejse eller ud til en ven eller familie-medlem. Den væsentlige pointe er ikke, at mobilen ikke bruges nævneværdigt til globalt udblik, men derimod at den i høj grad bruges til at underbygge de lokalt forankrede sociale relationer, som man både måler sig med og spejler sig i.



Figur 34. Jason, 9.klasse

Mobiltelefonens centrale betydning demonstreres ved dens oversize og det, at den rækkes frem mod tilskueren. Tegnerens alter ego er så opslugt af telefonen, at det får ham til at sludre løs midt på den travlt befærdede Nørrebrogade. Telefonproducenten (Nokia) og teleselskabet (daværende Mobilix), der er angivet på telefonen, er velkendte blandt unge mobiltelefonbrugere.

Indholdet af samtalen – som symbol på mobiltelefon-samtaler – kommenteres i de to talebobler: Afsender sludrer løs: "Blah, blah, blah, bla", og Jason siger "Er det rigtig"? Det er tilsyneladende en spændende/vigtig samtale, men ikke med det dybsindige indhold. Således kommenterer tegningen, underbygget af Jasons kommentarer under interviewet, mobiltelefonens centrale rolle i ungdomskulturen og i de sociale relationer, men med et selvironisk anslag: Telefonen er vigtig, men måske er samtalerne nogle gange mere form og forbindelse end indhold, hvor meningen skal findes på det sociale niveau.

Internetbaseret kommunikation

Næsten alle undersøgelsesdeltagere bruger internettet til både informationssøgning, underholdning og kommunikation. Som vi så i kapitel 4 om adgang, er det ikke alle, der har adgang til internet i hjemmet. I de tilfælde bruges internettet på skolen eller biblioteket, med de ressourcemæssige begrænsninger, sidstnævnte kan medføre. I forhold til afhandlingen er der to indbyrdes forbundne aspekter ved brugen af internetbaseret kommunikation: dels

den praktiske informationsudveksling og koordinering, som internettet befordrer, dels, som en betingelse af det første aspekt, at internetbrugen giver mulighed for at tilgå verden på nye og meget effektive måder. Således bidrager erfaringerne fra internettet i vores refleksionsprocesser og gør det særligt intensivt. Klaus Bruhn Jensen mener, at der er tre forhold, der karakteriserer internettet: "Accelerated availability of interpretative resources (med reference til Tomlinson), 2. Global reality as context of action and frame of reference" og 3. Internet as network of networks. (Jensen, afslutningsseminar for *Mediekulturer uden grænser* 2001). Det er disse tre betingelser, der potentielt ændrer betingelserne for vores sociale liv, som Thompson var inde på. Men undersøgelsesdeltagerne har gennemgående kun fat i et hjørne af disse potentialer, med et par undtagelser, og de er reelt ganske konservative og pragmatiske i deres udnyttelse af internettet. De fleste browser let nok rundt nettet, men i ret høj grad i de hjemlige farvande, når det gælder interpersonel kommunikation, for eksempel i chatrum og via Messenger og ICQ. Således bestemmes den stadige meningsproduktion også i ret høj grad af den lokale kontekst og diskurs.

Internettet er fundamentalt et universalt netværk – det vil sige, internettet er ikke maskiner, men de relationer, der knyttes gennem brug af computere og software. Som sådan kan alle de unge internetbrugere, der deltager i min undersøgelse, "gå ud" og blive en del af dette globale netværk. Og de gør det for så vidt der hentes viden hjem og tjekkes informationer i den "pooling of knowledge", som Giddens taler om (Giddens 1990). Men de gør det i begrænset omfang i forhold til kommunikation/udveksling i et globalt perspektiv.

På undersøgelsestidspunktet var **Chat**²⁵⁶ en af de digitale kommunikationsformer, som både var slået igennem i ungdomskulturen og var ved at finde sit leje mellem nyhedsinteresse og brugerbehov. De fleste deltagere har prøvet at chatte enten hjemme eller på skolen, men der er stor forskel på både erfaringer og holdninger til det at chatte.

Som vi så i afsnit 4.2, har de fleste foretrukne chatrum dansk oprindelse. Præferencerne skyldes til dels sproget, der selvfølgelig er en afgørende faktor for, om man kan deltage i et skriftbaseret fællesskab (Tapscott 1998 s.55-68), dels at man helst vil være der, hvor vennerne er, også i virtuelle rum. Ofte finder deltagere en balance mellem på den ene side chat i de populære chatrum med jævnaldrende flygtige forbindelse og venner fra offline relationer og på den anden side samvær med "rigtige venner". Jeannette fra niende klasse i Lyngby siger:

Øh, det ved jeg sådan set ikke. Der har været så meget, altså lektier og venner og nu går vi mod eksamen og sådan noget. Jeg har ikke haft tid, sådan. Så synes jeg måske at mine sådan rigtige venner, de er lidt mere end dem der er over nettet. Det betyder mere ikke (pause) altså end nogen du sidder og skriver med. Jeg synes altså

²⁵⁶ Chat betyder småsnak på engelsk, det vil sige, at det som udgangspunkt har en uformel form. Der er tale om en internet og skriftbaseret synkron (hvis man er online samtidig) form for udveksling, enten i åbne eller lukkede fora for grupper eller person til person. Undersøgelsens deltagere har primært erfaringer med chat i forskellige fora (se bilag 12) eller i form af Messenger eller ICQ. Blogging kan siges at være en videreførelse af chatfænomenet (fra ca. 2002).

stadigvæk det er sjovt, og hvis jeg går ind og chatter, så kan jeg godt tænke, nej så bliver jeg bare siddende 3 timer og så næste dag, så skal jeg bare ind igen, og så dan, men altså man skal passe på man ikke bliver fuldstændig afhængig af det.

Elise på 15 fra Tinglev vil for eksempel hellere benytte sig af e-mail til kommunikation end chat, fordi hun ikke kender dem, hun chatter med, og det er kedeligt. Så vil hun hellere skrive e-mail med dem, hun kender. Hun har åbenbart ikke overvejet at chatte med dem, hun kender i forvejen.

Der finder en stadig omsætning og opdatering sted i diverse fællesskaber og dets forgreninger. Deltagerne i undersøgelsen har i det daglige et utal af flygtige, tilfældige møder, fordi de løbende er online/i forbindelse, ikke kun på nettet, men i det hele taget gennem anvendelse af kommunikationssystemerne.

Næste alle deltagerne har prøvet at chatte på en af de populære chat-rooms (Forum, Opasia, Carlsberg m.fl.). For nogle er der stadig en populær beskæftigelse, men for mange er nyhedens interesse aftaget. For eksempel siger 12årige Asger fra Kolding:

Nu kender man det lige. Altså, det var meget spændende i starten og sidde og snakke med nogen man ikke kender og man kunne være lige hvem man havde lyst til at være. Man behøvede ikke være den dér kedelige skolefyr. Man kunne godt være den smarte superchatter på internettet. Så det var nok mest det dér med, at så kunne man lige prøve noget nyt. Det er ikke så spændende mere, nu vil jeg hellere bare sidde og snakke med vennerne i telefonen eller sådan noget. Narhj, ikke i telefonen, men personligt.

Anvendelsesmulighederne opfattes som meget begrænsede. Hvad skal man snakke om 'når man ikke kender hinanden'. Nogle har dog oplevet at udvikle egentlige relationer via chat-forbindelser. De fleste oplever legen med identitet som interessant, så længe det varer, men også som forhindring for at kunne etablere egentlige relationer. Der lægges vægt på nødvendigheden af 'at se hinanden' før man kan bedømme hinanden. Der er en udbredt angst, eller måske snarere agtpågivenhed, for misbrug: 'sådan en 40-årig pædofil mand....' er en vending, der dukker op flere gange. På baggrund heraf er de fleste meget forsigtige at give sig til kende. På den ene side kan man altså lege med sin identitet og være en anden, end man er, på den anden side begrænser forsigtigheden (fornuftigt nok) muligheden for let at udbygge relationen offline, hvis man vil.

Chat er ofte i blandt især de 12-13årige en social aktivitet, hvor man er flere om at skrive (finde 'ofre' og snyde andre), måske i skolen eller fritidsinstitutionen, sådan som for eksempel drengene fra sjette klasse i Tinglev praktiserer det. Adgang i skole og fritidsklub betyder, at tid og omfang af brugen er begrænset. Chat har i denne funktion mindre betydning som kanal for kommunikation og udfoldelse i cyberspace (udveksling på tværs af 'grænser') og mere som led i social afprøvning og identitetsleg.

Asbjørn fra 9. klasse i Lyngby mener, at piger er særligt disponeret for chat, fordi den bare kan køre nedenunder de andre aktiviteter på skærmen, og fordi man kan udfolde sig i endeløse udvekslinger. Han taler faktisk om det, han kalder for "pigernes chatinstinkt".

På spørgsmålet om, hvorvidt man kan være online sammen med nogle andre, svarer 15årige Mette (Nørrebro): "Ja, ja det kan man godt, ikk', men det er stadig sådan, det er ikke noget man får lige med det samme. Det kan jo være at du ikke får den med det samme. At du ikke er der når du får den, mener jeg." Pigerne i gruppen diskuterer, om der er forskel på e-mail, sms og chat, og Monika på 15 siger, at man kan sms'e, ligesom når man chatter, altså at man nærmest har en samtale i gang. Kirstine på 15 siger hertil, at "når det [hun taler om sms, GS] er online så er det ligesom at chatte."

Som nævnt er undersøgelsesdeltagernes chat meget lokal orienteret, det vil sige begrænset til Danmark og nogle gange bestemte regioner. Nogle chatter med nogle, de kender fra andre sammenhænge, som for eksempel 16årige Sandra fra Lyngby, der kommer fra Albanien og som sludrer på albansk med sin kusine og andre exil-albanere i en gruppe i et alment chat-rum. De bor alle i Danmark i hovedstadsområdet. Det, at de har et sted, hvor de kan tale med hinanden på deres modersmål, giver dem en følelse af nærhed og fællesskab, som på den ene side styrker deres oprindelige kulturelle identitet, på den anden side er med til at afgrænse deres selvforståelse i forhold til deres danske kammerater.

Kun enkelte har forsøgt sig på internationale chat-fora. Selvom de fleste deltagere på forespørgsel mener, at de er ret gode til engelsk og forstår tilstrækkeligt i de film og serier, de ser, besidder selv de 15-16årige ikke altid tilstrækkelige engelskkundskaber til at kunne chatte hurtigt og forståeligt (og modparter i ikke-engelsk talende lande gør det heller ikke) i internationale sammenhænge. For nogle er interessen dog stærkere end sproglige udfordringer, men i emails eller person-til-person chat, hvor tempoet kan tilpasses. Jesper B. fra sjette klasse i Lyngby udveksler ind imellem e-mails med en dreng fra Sydamerika: "jeg kender én, der bor i Ecuador og han taler hele tiden engelsk". Daniel på 15 (Tinglev), som skriver sammen med én i USA har en ordbog liggende ved siden af computeren, så for ham overstiger lysten til at kommunikere sprogbarriererne, og han gør aktivt noget for at overkomme dem. Men da størstedelen af deltagernes internetbaserede kommunikation er med andre danskere, er det især evnen til at skrive og læse nogenlunde forståeligt dansk, der har betydning, udover de kompetencer, der skal til for at afkode mere eller mindre gennemført chat/sms-kode²⁵⁷.

ICQ /Messenger er en netværksbaseret person til person chat, hvor man inviterer sine venner eller accepterer deres forespørgsler om at være med. Blandt undersøgelsesdeltagere er det især de 15-16årige drenge, der ikke gider chat eller andre populære former for

²⁵⁷ Der må være nogle blandt de 64 deltagere i interviewene, der har særlige problemer med at læse og skrive, uanset sprog, men det kom vi ikke ind på undervejs. Men nogle af deltagernes afstandtagen fra skriftmedier som e-mail, chat og sms kan have sin begrundelse heri.

online kommunikation, som i steder har kastet sig over *ICQ/Messenger*. Et par andre (drengene) har oprettet egne hjemmesider – men det tager tid at holde dem ved lige, og så opdateres de ikke så tit. Chatsider gør det muligt for mange at være med. Sammen med sms er *ICQ/Messenger* ultimativt nyttige tjenester til opdatering på og mikrokoordinering af dagligdagen i de sociale netværk: man er hele tiden på (en eller begge kanaler); man behøver ikke at spekulere over, hvem der er der, for man har selv accepteret deltagerne; man bliver ikke overvåget af en moderator, med mindre man blive meldt for uetisk eller ulovlig opførsel; og det er gratis og direkte at bruge *ICQ/Messenger* sammenlignet med for eksempel telefonen. For eksempel er Lars-Peter fra Tinglev træt af de almindelige åbne chatrum, som ikke siger ham så meget, men han vil alligevel gerne snakke online med sine venner: ”Ja, så er vi jo alle sammen online samtidig jo, øh, og så har jeg lige fået installeret *ICQ*, ... og så kan vi jo se hvis de andre computere de er på Internettet, så...”. Hvis flere venner i gruppen skal snakke sammen bruger de dog en almindelig chat-kanal, men i et grupperum.

E-mail betragtes af deltagerne nærmest som et traditionelt ”voksenmedie”. Men både på undersøgelsestidspunktet og i dag har de fleste unge deres egen e-mail-adresse, blandt andet, fordi en e-mail adresse er nødvendig, hvis man vil tilmeldes diverse online tjenester og netværk. Endelig bruges e-mails også af deltagerne til at skrive til fora på nettet, til MTV, til radio/tv-programmer osv..

Deltagerne i undersøgelsen bruger dog især e-mail til kommunikation med til venner og familie, særligt i de tilfælde hvor deltageren eller familien ikke har en mobiltelefon. Det gælder for eksempel 15årige Alex fra Nørrebro, som siger, at han især e-mailer med en af de andre drenge fra klassen og med sin far (Alex’ forældre er skilt og faren bor på landet), men ikke med nogle, han ikke kender. E-mail har også overtaget rollen fra det traditionelle brev til at holde forbindelse og udveksle informationer til venner og familie i udlandet, det vil altså sige en styrkelse af de nære relationer. Et eksempel på dette er 15årige Asbjørn fra Lyngby, der stadig skriver (e-mails) med en af sine venner fra den skole, han gik på, da han boede et år i Malaysia.

Sammenhængen mellem **digital kommunikation** og **sociale netværk** er tydelig blandt de fleste deltagere i undersøgelsen. Sociale netværk fungerer selvfølgelig i relationer i fysiske miljøer (eks. skole og fritidsinteresser), men samtidig udvikles og udbredes netværk meget effektivt via de digitale kommunikationsmedier. Meningerne er delte om, hvorvidt man kan etablere nye, nære relationer via nettet, både de, der fortsætter som online relationer og de, som man udvider til offline relationer. Flere af deltagerne giver udtryk for, at det ikke er så ofte, at man direkte etablerer nye relationer online, men at man snarere netop opretholder og udvikler de sociale relationer, man allerede har. Hvis man opdyrker sociale relationer via online kanaler, kan det have konsekvenser for eksempel i forhold til uoverensstemmelse mellem forventninger og realitet eller direkte ubehagelige oplevelser. For eksempel

er Adam fra 9. klasse på Nørrebro skeptisk over for at få nye relationer via internettet: "Nah, jeg ville personligt være lidt skeptisk. Altså, du KAN bare sidde og lukke noget lort ud, kik'. Du behøver ikke være den, du siger, du er. Hvis du egentlig føler at nå, men nu har jeg fået mig en ven dér, ik', en cyberven, men at det så er i virkeligheden en anden person, det ville ikke være så fedt. Når du møder folk personligt har du dem lige på, ik.'" 15årige Jason fra samme gruppe sekunderer Adam:

Altså, jeg er også helt enig, og jeg tror vi skal passe på vi ikke bliver for dovne.. at, at vi finder kærester derhjemme fra, ik', i stedet for at komme ud. Og så til sidst... alle vores behov, det kan vi faktisk klare hjemme fra computeren, kik'. Så jeg mener altså også så at man skal ud og møde folk og tale med folk i stedet for at sidde og chatte sammen, ik'. Som jeg mener er en helt forkert måde at møde hinanden på, ik'. Der kan man ikke rigtigt lære hinanden at kende, synes jeg. Selvom man mailer med hinanden en måned eller sådan noget, snakker i telefon er det slet ikke det samme.

Disse udsagn er blandt andet interessante i lyset af, at både Jason og Adam er intensive brugere af alle deres digitale kommunikationsmuligheder og af computer og internet i det hele taget. Også de andre 15-16årige drenge fra Nørrebro, som ellers er ihærdige brugere af computermedier og Internet, har nogle interessante overvejelser som basis for deres holdninger. For eksempel siger Alex til forestillingen om, at man kan sidde hjemme og klare en masse online: "Man destruerer sig selv på den måde, tror jeg. Sådan tror jeg ikke, at mennesker vil kunne leve. Altså mennesket, det er jo nærmest et flokdyr, altså de har også brug for at være sammen med andre." Det vil sige, at behovet for multiple sanseindtryk (informationer) dels er nødvendige for, at man kan afkode hinanden som personer, dels er nødvendige for at vi kan etablere fællesskabsfølelsen, den sociale flokidentitet.

På mange måder mener deltagerne, at online relationer kan være fine, men de er især meget fokuserede på deres lokale sociale netværk, hvor det bedste er at gøre noget sammen – i samme fysiske lokalitet. Maja på 12 år fra Lyngby siger til spørgsmålet om Internettet som mulig kanal til at udvide sin vennekreds: "Nej, for hvis man alligevel ikke kan komme til at se dem og gøre ting sammen med dem og snakke med dem, så kan det være lige meget, synes jeg. ... Man bliver jo heller aldrig tæt på personen, hvis man ikke ved, hvordan de er, eller hvordan de ser ud, eller

Der er dog også eksempler på, at deltagerne har etableret sociale relationer online. 15årige Daniel fra Tinglev har for eksempel fået en amerikansk penneven gennem et internationalt forum for unge. 13årige Pietro fra Nørrebro, som chatter med jævnaldrende i et af de populære teen-chatrum, har snakket flere gange med nogle af dem, og har derefter via telefonen aftalt at mødes med dem og endeligt mødtes. Det har kunnet lade sig gøre, fordi de alle har været fra København. 15årige Jeannette fra Lyngby er en af dem, der for alvor har fundet en nær relation via nettet:

Charlotte: Jeg chattede helt vildt meget sidste år, øh jeg mødte blandt andet min eks-kæreste over nettet og vi chattede så i nogle måneder og blev så enige om

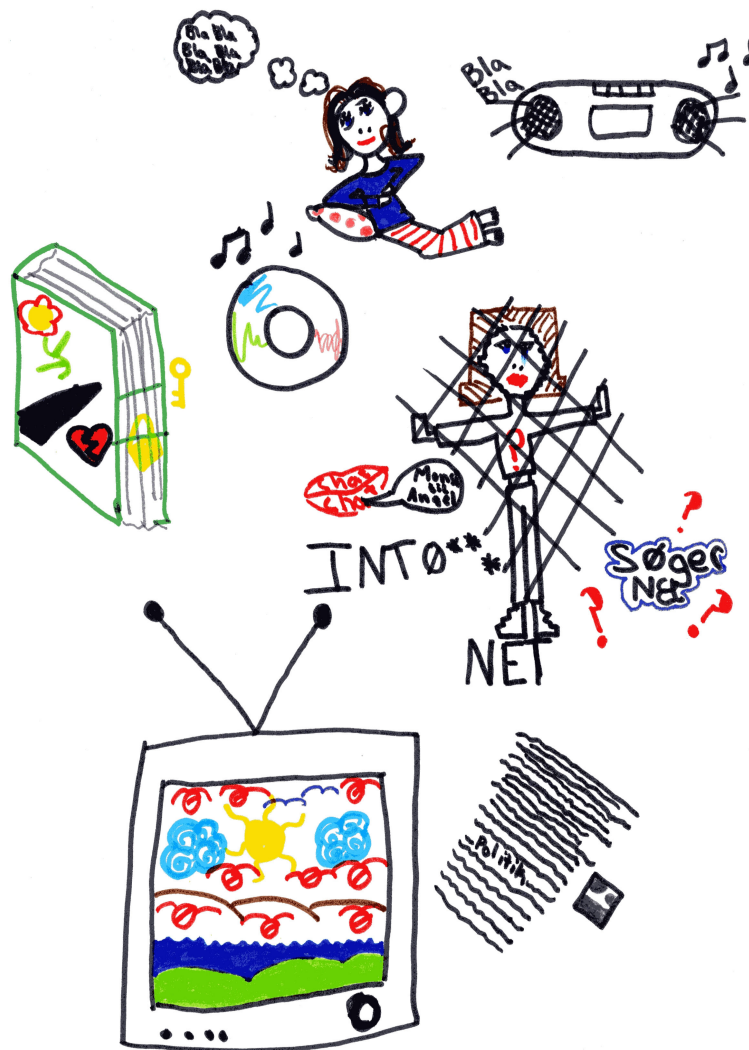
at mødes og så begyndte vi så at komme sammen. Vi kom så sammen 8 mdr.. Så man kan sagtens møde nye mennesker over nettet, og så er det også lidt vildt. Fordi man kan sidde og skabe sig en helt ny identitet, og så kan man leve sig ind i den, og så, og hvis der er nogen der bliver for pågående, så, så kan du bare lige klikke dig ud, så det, det er anderledes end bare at sidde og snakke med folk, sådan i virkeligheden, fordi der kan du ikke bare (pause) gå din vej. Der kan du bare klikke dig ud hvis det bliver for meget, altså. Man kan også få sagt en hel masse ting sådan skrevet. Nogen gange så kan man også komme til at kende folk altså så kender du dem der ligger der inde.

Int.: Da du mødte din kæreste havde i da fortalt hinanden sandheden?

Charlotte: Øh, ja, sådan nogenlunde. Nej han havde fortalt mig at han var 16, og han var 15. Og jeg havde fortalt ham jeg var 14 og jeg var kun 13 på det tidspunkt (griner).

Charlotte kommer med en væsentlig pointe gennem sin vending "at klikke sig" og gennem sine kommentarer om, at det er en af mulighederne på godt og ondt, når man er online og at det er vanskeligere at "klikke sig ud", når man er fysisk til stede med andre.

Det, der skal opnås, for at relationen opleves som "rigtig", er etableringen af et tillidsforhold, som blandt andet kan skabes gennem oplevelsen af fælles tilstedeværelse i de virtuelle rum. *Følelsen af tilstedeværelse* er vigtig i de fleste interpersonelle kommunikationssituationer for at skabe en følelse af tillid og social forbindelse. Frank Biocca og hans kolleger skelner mellem fysisk og social tilstedeværelse. Deres pointe er, at social tilstedeværelse er en tilstand, som "varies with medium, knowledge of the other, content of the communication, environment and social context." (Biocca et al. 2003, in Stald 2007: 154). Denne oplevelse af tillid og tilstedeværelse kan etableres på tværs af globen, men undersøgelsesdeltagernes erfaringer er ikke så gode med dette. Deltagere i afhandlingens undersøgelse skelner også mellem fysisk og social tilstedeværelse, når vi taler om at kommunikere med venner og familie og om at opretholde relationer og fællesskaber på tværs af tid og rum. Men når man tilgår den samme diskussion fra et andet udgangspunkt, nemlig værdien af den medierede kommunikation og oplevelse af tilstedeværelse, sætter de unge undersøgelsesdeltagere lighedstegn mellem fysisk og social tilstedeværelse som gensidige forudsætninger som vi så eksemplificeret i citaterne i begyndelsen af dette afsnit. Det forekommer modsigende, men udtrykker i realiteten opfattelsen af, at følelsen af tilstedeværelse og nærhed kan opleves i forskellige grader i forskellige situationer. For eksempel kan rigtig gode venner og kærester sagtens etablere et intimt rum i en medieret kommunikationssituation, for eksempel via mobil eller internet, mens det opfattes som vanskeligt at skabe nye sande relationer uden muligheden for afprøvning af koder i en f2f situation. Etablering af tillid vil i hvert fald, jf. de unge i undersøgelsen kræver en større indsats og mere tid. Det vil sige, at man kommunikerer mest medieret med dem, man kender godt i forvejen og som man er sammen med tit.



Figur 35. Michelle, 6. klasse

Michelle er 12 år og fra København. Ganske typisk har musikken, tv og Internettet fået en central placering. Musikken befordrer afslapning, tv'et viser et idyllisk billede, og (Inter)nettet befordrer kommunikationen i form af chat. Lidt atypisk for piger i denne alder er der også blevet plads til en avis, der informerer – sort på hvidt – om politik. Radioen har dog også en snakkekanal, som kommenteres af pigen som "blablabla". Dagbogen har en vigtig plads i tegningen som illustration af det private rum, de unge værner om. Nogle steder, måske i dagbogen eller på nettet, kan man fortælle om glæder, sorger og drømme. De sanselige læber med teksten "chat" og talebollen "Mona til Angel" symboliserer den interpersonelle kommunikation på nettet. Teksten "søger net" beskriver behovet for at etablere relationer, finde steder at høre til, opleve fællesskabet. Nettet kan også have betydning af netværk i almindelighed, og det samme gælder chatten, som de røde læber og talebollen illustrerer. At kunstneren konsekvent forbinder net og snak med mennesker er tydeligt i kraft af personen i eller bag nettet, gennem de næsten sanselige læber, der chatter, og gennem navnene i talebollen. Spørgsmålstegnene kan både angive, at der søges efter andre, men også at der er en vis tvivl hos tegneren om, hvad der sker, når man er "i nettet", men de kan også tolkes som en kommentar til usikkerheden omkring holdbarheden i relationerne: er det faktisk muligt at finde det, man søger på Nettet? Endelig kunne det se ud, som om figuren i nettet holder armene strakt ud for at slippe ud af nettet, at man netop er fanget i nettet. Michelles potentielt kritiske holdning til Internettet som medium for oplevelser og etablering af interpersonelle relationer blev underbygget af hendes udsagn under interviewet, hvor hun til gengæld markerede sin interesse for bøger og for at "følge med".

Opsamling

Når det gælder interpersonel kommunikation, ser det ud til, at undersøgelsesdeltagerne primært bruger både telefon og internettjenester i lokale kontekster. Dog er der større lighed mellem telefonen og Messenger, idet deltagerne via disse kanaler kommunikerer med de venner, der har ens nummer. I de danske chatrum, som jf. kapitel 4 er de helt dominerende, har deltagerne mulighed for at møde nye mennesker, hvilket nogle også gør, som nævnt ovenfor. Men selvom de virtuelle rums potentiale blandt andet er, at de i princippet er grænseløse, det vil sige uden begrænsninger af fysisk rum og lokal tid, er størstedelen af kommunikationen med andre danskere, ofte fra samme geografiske område. En væsentlig del af kommunikationen foregår faktisk mellem personer, der allerede kender hinanden fra offline relationer. Dog viser undersøgelsen også en åben, om end kritisk evaluerende holdning til mulighederne for at interagere og udveksle globalt, det vil sige på tværs af traditionelle geografiske, nationale, lokale og til dels kulturelle grænser. Desuden spores en vis nysgerrighed og interesse omkring det at møde andre i virtuelle rum, til dels med den mulighed, at der følges op med egne førstehåndoplevelser gennem f2f møder og gennem rejser til de dele af verden, som ens online relationer, har berettet om. På den ene side styrker brugen af både mobiltelefon og internet altså de stærke relationer (Granovetter 2001), mens brugen af de digitale kommunikationsmedier til at opdyrke og styrke de svage netværk er begrænset i forhold til mulighederne. I følge Granovetters teori styrkes man gennem opdyrkning af de svage relationer, der bringer og nye netværksmuligheder og nye informationer med sig, som kan tilføje kvalitative potentialer for den enkelte og for gruppen, mens de stærke relationer har en tendens til at lukke sig om sig selv og bekræfte det "verdenssyn", som er etableret i gruppen. Dermed kan man sige, at deltagerne i undersøgelsen ikke får de optimale muligheder ud af deres adgang til og brug af de digitale kommunikationsmedier.

På trods af dette og på trods af den skepsis, deltagerne gennemgående udtrykker omkring det at etablere nye kontakter, lokalt og globalt, gennem internettet, åbner internetbaseret kommunikation nye muligheder for at brugerne rækker ud over den lokale kontekst og realiserer virtuelle møder med folk fra andre kulturer. I den grad det sker og med de eksempler, undersøgelsen giver, kan det konkluderes, at internetbaseret kommunikation bidrager til de unges refleksionsproces om sig selv og verden, om end mere for nogle end for andre. Samtidig bruges internetbaseret kommunikation imidlertid i særdeleshed til at styrke de nære relationer, og lukker sig i den kontekst omkring en lokal kulturel forståelse af verden.

6 ERFARINGER OG HOLDNINGER – SPØRGSMÅL OM LOKAL IDENTITET OG 'DET FREMMEDE'

I kapitel 5 fokuserede analysen på de unge undersøgelsesdeltageres erfaringer med og holdninger til medieindhold, medierede oplevelser og medieret kommunikation, med særligt henblik på forholdet mellem lokale og globale aspekter af produkt, indhold og oplevelse. I kapitel 6 analyseres den undersøgte gruppes erfaring med og holdninger til bredere kontekstuelle forståelser af mediernes betydning for global og lokal orientering.

I analysen inddrages emner og problemstillinger, der blev taget op af deltagerne under den empiriske undersøgelses gruppeinterviews, på baggrund af afhandlingens overordnede temaer. Emnerne og problemstillingerne afspejler en kombination af undersøgelsesdeltageres erfaringer, holdninger, følelser, - udløst af en kombination af deltageres medierede oplevelser, perspektiveret af deres dagligdag i Danmark og erfaringer med andre kulturer i Danmark og i udlandet. Datamaterialet peger endvidere på, at aspekter af kommunikation, såvel medieret som generelt, især i forhold til betydningen af sprog, er væsentlige, og derfor inddrages dette emner også i analysen. De emner og problemstillinger, der blev bragt op i de første fire interviews, var med til at lægge linjen for de efterfølgende interviews, det vil sige, at de var med til at tilføje nye perspektiver til den grundlæggende interviewguide (se bilag 4) ud fra deltageres egne erfaringer. Emnerne afspejler deltageres erfaringer indenfor et bredt defineret problemfelt om medier, ungdomsliv, lokalitet og globalitet. Referencerammen er gennemgående medierede erfaringer i kombination med egne erfaringer. Såvel for deltagerne selv som analytisk er det vanskeligt at skelne mellem erfaringers forskellige oprindelse, især i forhold til de unges refleksionsproces omkring de holdninger til det globale og det lokale, der kommer til udtryk. I interviewene blander deltagerne i deres fortællinger informationer fra medieret fakta-stof med indtryk fra fiktion og selvoplevede erfaringer fra det lokale hverdagsliv og det eksotiske rejseliv.

Diskussionerne i interviewene og dermed fokus i analyserne er tæt på den kulturelle og sociale virkelighed, som deltagerne lever i. Følgelig forholder de sig til temaer, der associativt dukker op på deres indre lystavler i interview-situationen, afledt af spørgsmål eller diskussionen i gruppen. For eksempel fokuseres der ikke meget på betydningen af religion, hvilket formentlig ville være anderledes i andre lande, andre kulturer (Appadurai 1996, Elias 1991), eller måske på et andet historisk tidspunkt for undersøgelsen²⁵⁸. Undersøgelsesdeltagerne tager selv spørgsmålet op, men i det fleste tilfælde drejer diskussionen omkring etniske mindretal - fra både etniske danskere og ikke-etniske danskere sig mere om kultur i almindelighed end om religion. I de tilfælde, hvor diskussionen om religion får lov at udfolde

²⁵⁸ Siden undersøgelsestidspunktet har erfaringerne fra 11. september, terrorhandlingerne i Madrid og London og senest Muhamed-tegning-sagen i Danmark i høj grad, og gennem mediedækningen, fokuseret på religion som baggrund for forskellige værdinormer og kulturelle udtryk.

sig lidt, kobles religion og kultur sammen, som det for eksempel er tilfældet med den 12årige pige fra Kolding, der i en diskussion om, hvorvidt vi kommer til at bliver mere og mere ens, for eksempel i Europa, siger:

Hanne: "Det ved jeg ikke, vi har jo sådan lidt forskellige kulturer og sådan. Jeg tror egentlig ikke..."

Int.: "Kan du komme med eksempler på hvad kulturen er?"

Hanne: "Øh (ler), hm, der er mange udlændinge, der går sådan og tilbeder andre guder og sådan. Det, det... hvis vi er heldige, så går vi i kirke en gang om ugen. Nu har vi jo et eller andet med, øh, sådan at tilbede Gud, det er ikke lige ..."

Et andet eksempel, der tydeligvis kobler kultur og religionsdiskussionen ses senere i dette kapitel, i afsnit 6.3 om indvandrere og integration, hvor pigerne i en sjetteklasses diskuterer betydningen af tørklæder.

Jeg har valgt at inddrage "betydningen af sprog" i bred forstand i de to første afsnit. Dels så vi i kapitel 5, at sprog er af stor betydning på flere niveauer i forhold til mediernes og medieindholdets betydning, dels dukker sprog som kommunikationsredskab og som kulturmarkør til stadighed op i de dele af interviewene, der omhandler dette kapitals emner.

De forskellige diskussioner, der tages op i analyserne, handler i høj grad om deltageres oplevelse af distance henholdsvis nærhed i forhold til deres egne erfaringer, mediebrug og behov for at skabe en kollektiv såvel som individuel kulturel identitet. Analyserne afspejler således, hvad der opleves som betydningsfulde henholdsvis ikke-betydningsfulde temaer i individets univers. Deltageres formulerede holdninger er i høj grad baseret på emotionelt/psykologisk betingede overvejelser i forhold vurderingen af relevans for den enkelte. Samtidig er de fleste af undersøgelsens deltagere dog i stand til at forholde sig analytisk reflektivt til emner, der ikke direkte vedrører dem selv. Vurderingen af lokal henholdsvis global betydning er følgelig både baseret på impulsive, emotionelt betingede udsagn og på reflektive, rationelt/intellektuelt overvejede udsagn.

Emnerne krydser ind over hinanden og hænger sammen i forhold til erfaringsformidling og argumentation, derfor gentages visse pointer i de forskellige afsnit men fra forskellige perspektiver. Analyserne i denne del forholder sig især til mediernes betydning i lokale og globale kontekster og befinder sig dermed på et niveau mellem del 2s og 4s analyser af overordnede strukturer, sammenhænge og mønstre og foregående del 5s mikro-sociologiske og medieindholdsrelaterede niveau. Analyserne i denne del er fortsat baseret på det empiriske materiale fra projektets undersøgelse og dermed altså på deltageres egne fortællinger om erfaringer og holdninger; men analysen har som ambition at udlede betydninger og sammenhænge heraf i lyset af de foregående deles analyser. Analysen og fortolkningen af det kvalitative datamateriale understøttes undervejs af andres teorier og analyser, hvor det er muligt.

Hvor har de det fra?

Et spørgsmål, man kan stille til materialet, er, i hvor høj grad de udtrykte holdninger er overført fra forældre, skole, medier. Det er helt tydeligt, at deltagerne i undersøgelsen prøver at forholde sig til både hovedemnet og underemnerne i interviewet. Og deres svar afspejler både deres egne erfaringer, opdragelse gennem institutionerne og forestillingen om demokratiske spilleregler for fredelig sameksistens. Men det er både et vanskeligt spørgsmål at diskutere og en kompliceret opgave at løse. Jeannette fra 9. klasse i Lyngby forsøger at sætte dilemmaerne op:

Jamen folk de snakker så meget om at man skal udvikle sig så meget, både som menneske og også med teknologien og vi skal være medlem af Europa og arh nu skal vi udvikle os alle sammen og hele vores samfund skal være multinationalt og der skal være internationale alt muligt. Men alligevel så går de her og hykler og der må ikke komme indvandrere ind og sådan, og jeg tror at hvis folk de virkelig går ind for det der multi-internationale samfund så bliver man jo nødt til at have nogle mennesker fra andre kulturer samlet ikke. Så er der ikke nogen der ejer ét vist land, altså Danmark for danskere for eksempel, som Pia Kjærsgaard siger, altså det er jo fuldstændig sindssygt altså. Hvis vi bare kunne være alle mulige fra alle mulige lande så øh, uden at have noget imod hinanden så ville der heller ikke være så mange problemer altså. Og så ville det blive sådan et multi-internationalt samfund. Det... Det er lidt en dobbelt moral [at ville holde indvandrere ude, GS].

Jeannette har fået fat på en diskussion, som i høj grad føres i medierne, hvilket både fremgår af "folk de snakker" – det er ikke kun ved middagsbordet – og referencen til Pia Kjærsgaard. Det vil være for let at kalde alle de udsagn, der lægger sig op ad et progressivt, kritisk perspektiv på problemstillingerne for konstruerede. Deltagerne har netop også lært, især i skolen, at relatere deres tillærte viden til erfaringer gennem refleksion og argumentation, hvilket Jeannettes overvejelser er et godt eksempel på. Det er denne form for refleksion, der skaber mening og sammenhæng og danner afsæt for at finde sin egen rolle (Giddens 1991:20, se s. afhandlingen s.37). Derfor er forudsætningen for min anvendelse af udsagn, at de står for deltagerens egne meninger, genereret ud fra refleksioner over diverse input og i lyset af interviewets og den samtidige historiske kontekst.

Blandt de 16 gruppeinterviews og de 64 tegninger i projektets undersøgelse er der mange eksempler på, at deltagerne henter deres informationer og erfaringer via medierne og at de får stof til refleksion på samme måde. Mange eksempler er allerede nævnt i kapitel 5, så her inddrager jeg et par citater fra de dele af interviewene, der særligt har drejet sig om medierne som kilder til information og holdninger. For eksempel kan 13årige Joachim fra Kolding godt tænke sig at tage til USA engang, "Fordi det ser meget spændende ud, synes jeg". Han har ikke været der før, men "ser ud" refererer til, hvad han for eksempel har set på tv: "... blandt andet i det der rejseprogrammer med Biker Jens, hvor han kører over det hele og ser alle de der mærkelige ting."

Signe fra sjette klasse på Nørrebro har set et dansk talkshow (som hun ikke kan huske titlen på), som har gjort stort indtryk på hende:

Men der var engang, hvor jeg så et med at det handlede om ballade på Nørrebro og indvandrere og sådan noget, og det var virkelig forfærdeligt. Det var bare virkelig forfærdeligt at se. Altså så sad der sådan nogen og sagde, at de bare kunne smutte hjem til deres eget land, og sådan kan man da ikke stå og sige, når der sidder sådan en million... når der sidder en hel bunke deroppe foran. Og sådan som de snakker, men slet ikke pænt, sådan ligesom de snakkede til hinanden!

De andre piger i klassen nævner, at det går hårdere for sig i det amerikanske *Jerry Springer Show*, hvor de ind imellem slås med stolene, men Signe holder fast i, at hendes eksempel er vigtigt, og at man skal respektere hinanden.

Der er ikke tvivl om, at medierne leverer en stor mængde informationer og indtryk om verden både i et globalt og et lokalt perspektiv. Mediernes rolle kan vanskeligt adskilles fra den betydning, som de andre institutioner i deltagernes tilværelse har for erfarings- og meningsdannelse, da interaktionen mellem samfund, samfundets agenter og medierne er en integreret proces (kapitel 2 s.34-35). Det fremgår af flere interviews, at diverse emner er diskuteret i skolen, og at faktuel viden har sit udgangspunkt i undervisning. Samtidig er især forældre også vigtige for bearbejdningen af diverse erfaringer og indtryk, ikke mindst i forhold til det normative underlæg, der er for refleksionsprocessen, både i retning af bekræftelse og opposition. For eksempel er der flere, der nævner, at de ser nyheder med deres forældre, som 15årige Karina fra Lyngby, som "rimelig tit" ser nyheder: "Jah, så sidder min mor og jeg og ser nyheder, eller min far og jeg, det er sådan .."

Et andet eksempel på forældreindflydelsen kommer fra 15årige Karina fra Lyngby, som reflekterer over, at ens holdninger afspejler den baggrund, man har: "Jeg tror ikke ens holdning til indvandrerproblematikken ... altså, jeg tror det kommer meget an på hvor man kommer fra. Altså hjemme hos mig der er det meget sådan at flygtninge de skal bare komme op. For der er jo altså nogle af dem, de vil meget gerne tilbage igen. Så flygtningen, det synes jeg bare skal være helt åbne døre."

Den lange sekvens herunder fra interviewet med drengene i 9. klasse i Lyngby, er et usædvanligt markant eksempel på, hvordan de grupper, der blev interviewet, var bevidste om, at ens holdninger til verden og til andre kulturer ikke kommer af sig selv. På tværs af afhandlingens undersøgelse nævnte enkelte deltagere, hvad deres forældres ideologiske ståsted var, fra socialister til *Dansk Folkeparti*, og det var ikke vanskeligt at se en vis sammenhæng mellem de refererede diskurser i hjemmet og de, der kom til udtryk under interviewene. Af udklipet herunder fremgår det, at drengene i Lyngby er klar over, at der også er kulturelle og sociale begrundelser for nogle af de holdninger og ikke mindst diskurser, som er repræsenterede blandt dem selv og deres jævnaldrende. De tager udgangspunkt i én dreng fra klassen (ikke deltager i interviewet), hvis far åbenbart er meget direkte i sin omtale af indvandrere og fremmede kulturer.

Paolo: Jeg tror, at Oskar dér, han har nok hørt meget, og så har han bare sagt det, nåja, men det som mine forældre måske siger. Altså, jeg kender, øh, Oskars far (ler). Han er sådan en med at han tager sådan lidt pis på det, ikk', altså ... jeg har hørt ham og også hans morfar sige sådan... .. "Og jeg, jeg har ikke noget imod indvandrere, kun dem der har klippet halerne af dem", øh, eller sådan et eller andet, ikk', og... Eller klippet dem ned fra træet, ikk', det tager Oskar åbenbart sådan... så har han hørt det og sådan noget, men det er jo ikke noget de mener, det er noget de siger sådan for sjov, ikk'.

Asbjørn: Og så, øh, hans far er blikkenslager, ikk', og så når han kommer hjem, så flyver der nogle vittigheder, ikk'. ... Ja, men jeg kan da godt se det. Alle vores venner er også, øh, håndværkere og sådan noget. Jeg kan godt se med Oskar, han er sådan ret racistisk, rimelig meget, ikk', og 'de sorte tager hans arbejde og hans penge' (ler) 'og det hele' (ler). (flere i munden på hinanden).

Int.: Hov, hov, én ad gangen!

Asbjørn: Han kan ikke lide japanske computere, det er noget gammelt lort, de har skæve øjne (ler) og jeg ved ikke hvad (ler).

Sune: Han, han holder meget sådan på sine, øh, holdninger og sådan noget, altså hvis, øh, altså hvis nu han beslutter sig for at, øh, og for eksempel kun have et fjernsyn, så skal det være et specielt mærke, såe, hvad hedder det, så kan han godt finde på at, øh, gå sådan lidt amok, hvis man siger ham imod, sådan: ej det er også noget lort og... for eksempel også den dér med japanere og sådan noget, ej, altså de er... det er utroligt så mange ting han har om folk, som, øh, som sådan er imod, men altså.

Paolo: Og så er han måske meget sådan ..., altså det er jo ikke...

Int.: Jeg kender ham jo ikke, så det...

Paolo: Nej... nej, nej, øh, men han er måske, øh, lidt, øh, lidt sky for at komme ud og sådan rigtig og se hvad det handler om med de forskellige ting, ikk'. Det tror jeg, og det er jo ikke kun Oskar, det er der jo mange jeg tror der er, og jeg tror da også selv jeg har det sådan nogle gange, jamen altså... et eller andet med at være bange for det, ubevidst, ikk', altså man ved ikke rigtig hvad det handler om og sådan nogle ting, og så, så siger man sgu bare et eller andet lort.²⁵⁹

Drengene mener, at der muligvis ikke er så meget holdning bag ordene – det er nærmere en attitude, som passer sammen med dels det at være blikkenslager, dels usikkerhed overfor det ukendte. Det, der især optager dem er, at blikkenslagerens søn, deres klassekammerat, lader til at mime faderens holdninger. Og endnu mere interessant diskuterer Paolo, som ellers er meget globalt orienteret og åben, som det fremgår andre steder, sig frem til, at han måske heller ikke helt selv kan sige sig fri for at reagere dumt på grund af usikkerhed. Det er en både skarp og central erkendelse, gruppen her kommer frem til kollektivt.

Drengenes overvejelser omkring, hvordan holdninger formes, er et godt, empirisk eksempel på forståelsen af kultur som proces (hvilket blev diskuteret teoretisk i kapitel 2). Det vil sige,

²⁵⁹ Hele denne udveksling havde flere eksempler på, hvad Oskars far kunne finde på at sige, men desværre kan ikke alle passager tydes, fordi deltagerne talte i munden på hinanden hele tiden, fordi de syntes det var så sjovt og interessant.

at der er en indlejret dynamik i de kulturelle forståelser, vi har og som vi bruger i en dualistisk refleksionsproces. Og som vi så i foregående kapitel 5 indgår medieprodukterne selv som kulturbærere i disse processer. Klaus Bruhn Jensen mener, at man kan skelne mellem kultur som produkt og kultur som praksis. Men selv om man kan pege på betydningen af bestemte medier og medieprodukters indhold eller på andre former for "products' of human creativity', ..., 'containers' of culture" (Jensen 2002:172) i ungdomskulturer og i forhold til afhandlingens undersøgelse, er disse produkter kulturelle repræsentationer, der kan tolkes og gentolkes i de kontekster, der indgår i unges refleksive processer.

6.1. National identitet og globalt udblik

Der er mange forskellige diskurser om danskhed, bestemt af historiske perioder og ideologiske udgangspunkter (Gundelach et al 2002). Der eksisterer oftest i diskurser om forholdet mellem national og kulturel identitet flere niveauer i forståelsen så grundlæggende ideologiske grundlag kombineres med registrering af samfundsmæssige kulturelle forandringer og synliggøres gennem den måde, hvorpå udtryk for disse forandringer fremstilles og problematiseres. I dette kompleks af holdnings- og meningsdannelse har medierne afgørende betydning for drejningen af informationsstrømmene og for de retninger, som bestemte diskurser om både overordnede sammenhænge og konkrete forhold tager (Chouliaraki & Fairclough 1999, Hjarvard 2002 og 2003, Stald og Tufte 2002). Diskurserne bliver tydelige i møderne, ofte medierede, med andre kulturer og normer og udløser refleksion, der på et eller andet niveau fører til enighed eller uenighed. For eksempel bliver diskussion om "danskhed" ofte drejet i retning af etniske minoriteter i Danmark, hvilket er en relativt ny situation. Ikke mindst nyhedsmediernes fokus på værdier og de let formidlede kulturelle kontraster giver et offentligt fokus på det lokale i forhold til det globale, eller det danske i forhold til det fremmede, som får indflydelse på hverdagens diskurser herom. Dette ses tydeligt i interviewene fra afhandlingens undersøgelse.

Thompson mener, med reference til Benedict Anderson (1983), at 'the development of print and other technical media of communication was at best a necessary condition for the emergence of national consciousness, not a sufficient condition (Thompson 1995:62). Det vil sige, at medierne har haft og fortsat har betydning som kanaler for information, der både giver fælles referencerammer og identitetsdannelse, og for udveksling af synspunkter, der giver lejlighed til refleksion og meningsdannelse. Men kommunikationsteknologien gør det ikke i sig selv: indhold, refleksion og holdninger dannes som et samspil af mange elementer i forhold til både struktur og betydning.

National identitet kan til dels siges at være en proces, hvorigennem en social agent genkender sig selv og konstruerer mening primært baseret på en bestemt national kulturel genkendelighed. Dette kendetegner i høj grad undersøgelsens unge, som netop (se ind-

ledning og del 2.3) tilhører gruppen af de yngste unge, som er i en livsfase, hvor de søger efter mening og sammenhæng, og måske derfor finder nogle holdepunkter, som de kan bruge til at orientere sig i verden, lokalt og globalt med. Den tankegang, der ligger bag denne analyses forståelse af national identitet og betydningen heraf for de unge undersøgelsesdeltageres identitetsforståelse, er teoretisk funderet i de diskussioner om globalitet, lokalitet og ungdom, som blev præsenteret i afhandlingens kapitel 2. I dette kapitel baseres analysen af disse temaer og deres indbyrdes relationer på en pragmatisk gengivelse af undersøgelsesdeltagernes egne forståelser af, hvad for eksempel national kultur og national identitet vil sige – og et gennemgående empirisk udgangspunkt i, at man rent faktisk KAN tale om sådanne begreber, ikke mindst i en proces, hvor man forsøger at placere sig selv i en større helhed. Len Ang problematiserer denne tilsyneladende forenkling af forståelsen af national kultur og national identitet i en analyse af forholdet mellem *cultural studies*, mediereception og det, hun kalder det transnationale mediesystem: "The defence and preservation of national identity as a privileged foundation for cultural identity is far from a general, self-evidently legitimate political option. After all, nations are themselves artificial, historically constituted politico-cultural units." (Ang 1996:144). Ang mener, at konstruktionen af en såkaldt national kultur primært tjener til funktionaliteten af den moderne stat, men at det bliver stadig vanskeligere at opretholde national identitet og kultur som samlet og 'ubesmittet' fænomen på grund af de modsætninger, der er indbygget i selve begrebet national identitet. "Defining national identity in static, essentialist terms [...] ignores the fact that what counts as part of a national identity is, just like the popular identities in Latin America and elsewhere, fundamentally a dynamic, conflictual, unstable and impure phenomenon." (Ang 1996:144). På et teoretisk, analytisk niveau er Angs analyse ganske dækkende også for en dansk kontekst, ikke mindst i forhold til symbolske og politiske magt, der ligger i et kunne etablere en fælles forståelse af 'det nationale fællesskab', hvor grad af tilpasning kommer til at definere ens placering i fællesskabet. Set ud fra den empiriske undersøgelses perspektiv, det vil sige fra undersøgelsesdeltagernes position, er billedet dog noget mere komplekst: på den ene side søges en forståelsesramme, der kan skabe tilhørsforhold og fællesskab med andre, og verden ses i høj grad ud fra et lokalt perspektiv, der kommer til at handle om 'her' og 'der'. På den anden side giver selv denne form for udblik og erfaring med 'der' nye perspektiver på det nationale og det lokale, som – uanset den betydning de nationale symboler tillægges, som det vil fremgå af analysen – giver input til deltagernes refleksion over national kultur og identitet som proces. Selvom der tegner sig et billede af deltagernes ihærdige søgen efter nationale, kulturelle fixpunkter for deres søgen efter identitet, er der således faktisk på dette punkt overensstemmelse mellem undersøgelsens empiriske virkelighed og Angs kritiske kommentar til, hvad det kan lede til, når national identitet behandles som en 'sancrosanct given', som 'not only can lead to undesirable unintended consequences, but is itself an act of symbolic power, both by defining an abstracted, unified identity for diverse social and cultural groups within a nation, and by fixing, in a rigid

fashion, relationships between distinct national 'imagined communities' (Andersen 1983).” (Ang 1996:145).

Giddens mener (1990:65), at globaliserede relationer formentligt formindsker nogle aspekter af nationalistiske følelser, som er knyttet til oplevelsen af at høre til national-staten (nation), men at de formentlig også ind imellem kan bidrage til at intensivere mere lokale nationale 'sentiments'. Han mener, at national-staten er et problem for udstrækningen af globaliseringen. I forhold til kulturel globalisering (produkter, oplevelser, relationer) går folk uden om national-statens institutioner, og der er kun få reguleringer i DK modsat for eksempel Kina eller andre stater, der regulerer medieadgang og medieindhold langt mere restriktivt.

En gennemgående tråd i dette kapitel er netop de unges bevægelse mellem disse to positioner: oplevelsen af, at det globale udblik både giver en større indsigt i og forståelse for andre kulturer og for de globale tendenser, der spores blandt andet i forhold til mediebrug og ungdomskulturer, og at den stadige refleksion over forskelle og ligheder på samfundsniveau og mellem mennesker ofte befordrer et behov for at definere den lokale kontekst og genkendelige, afgrænselige vilkår og værdier.

I en diskussion om det at være verdensborger siger 12årige Rosa fra Kolding, at man måske godt kunne sige, at man kunne være halvt dansker og halvt englænder – men alligevel: ”man vil jo altid være dansker, hvis man var dansker, ikke?”

DK er bedst og trygt

Danmark er det bedste land i verden – dette udgangspunkt for nationalselvforståelse og kultur reproduceres såvel i skolen som i medierne. Begreber som ”velfærdssamfund”, ”demokrati”, ”ytringsfrihed” anvendes hyppigt i diverse interviews. Friheden til at gifte sig med hvem man vil, nævnes som kontrast til kultur og normer i en række andre lande²⁶⁰. Julie på 15 fra Nørrebro siger for eksempel:

Altså, jeg er da meget glad for det (Danmark), fordi Danmark det er sådan et velfærdssamfund og vi har det bedre end andre steder i verden. Så på den måde er jeg glad for det, men det er ikke sådan at jeg tænker at danskerne er bedre end andre, eller sådan noget.

Også Jason på 15 fra Nørrebro mener, at Danmark er et godt land på grund af sit velfærdssystem – men afbryder sig selv med en overvejelse: han ville lige til at nævne sygehusene som velfærd, men kommer så i tanker om ventelisterne. Ingen roser ude torne. De andre mumler i baggrunden, og han uddyber sit standpunkt om Danmark som velfærdsstat med, at ingen behøver at have det dårligt i Danmark, hvis man gider lave noget og ”ikke lige har et misbrug eller noget andet.” Danmark er helt klart favoritland for Jason, for ”efter hvad jeg hører så lyder det ikke som om der er mange steder der er bedre eller anderledes

²⁶⁰ Det var før stramningen af udlændingeloven i 2002, der gør det meget vanskeligt for danskere at gifte sig med udlændige og for familiesammenføring. I eksemplet her gælder det dog retten til selv at vælge ægtefælle uden forældres indblanding.

godt som det er i Danmark vel? Jeg synes igen ikke at man hører om andet end død og ødelæggelse rundt om i de andre lande, vel?" "Man hører om ..." er et godt eksempel på, at de historier, man hører om "de andre lande", i høj grad fortælles gennem medierne.

Man kan også godt være splittet omkring sin nationale identitet og alligevel fremhæve Danmark som det bedste sted at leve. Mounir fra Nørrebro er 16 år og har pakistansk baggrund, men er født i Danmark, har dansk pas, og hans familie har boet her i 18 år:

Jeg føler ... både dansk og pakistansk, ja. Jeg kan ikke sige jeg føler mig dansker. . Jo, men hele min familie de er pakistanere jo, sådan ... og jeg føler mig sådan, tilfreds. Fordi der er gode regler i Danmark, for hvis du ikke har noget arbejde kan du gå på bistandskontoret, og du kan komme til tandlæge gratis ... du skal komme til skole. ... Sådan er det ikke i Pakistan, der skal du betale for det.

Der er altså forskel på at forholde sig til kulturelle værdier og familiefølelse (både for etniske danskere og ikke-etniske danskere) og til Danmark som system, som samfund.

Undersøgelsesdeltagerne skelner generelt mellem danskere som personer og Danmark som samfund (samfundsform/system), kultur og som nation. Der er gennemgående mange referencer til diskussioner om danskeres selvopfattelse, danskere som potentielle racister, danskere som bedre, kedeligere, mere eller mindre opfindsomme end andre. Samlet set afspejler undersøgelsen, at de unge deltagere synes, at danskere ikke skal tro, at de er noget, men Danmark som samfund/kultur/nation er alligevel noget særligt.

Nogle af deltagerne i undersøgelsen har ganske humanistiske og socialt bevidste holdninger til, hvordan de mener, at for eksempel udlændige og bistandsklienter²⁶¹ bør behandles. Alligevel kan der dukke momentane udfald op omkring dansk politik eller danske idealer. 12årige Maja fra Lyngby siger:

Alle danskere får jo hjælp, men jeg ved så ikke om jeg synes, det er så godt, at der er så meget bistandshjælp og alt det der, så ... Nogle gange synes jeg, det er lidt overdrevet, at der skal tages så meget hensyn til de svage, det kunne man godt ... (ler) eller det ved jeg ikke ... altså det er ikke noget jeg sådan er stolt af og jeg tænker sådan, at andre lande, de er for strenge eller sådan noget.

Citatet her er et godt eksempel på, at de emotionelt begrundede holdninger blander sig med ideologiske synspunkter – en stigende opmærksomhed på argumenter fra den politiske debat, formidlet gennem medier, og bearbejdet gennem diskussioner i skolen og med forældre og andre, gør sig tydeligvis gældende især blandt de ældste deltagere. Deltagerne vender hele tiden deres egen argumentation, som Maja, der i det første citat roser Danmark og i det næste antyder en kritisk holdning til "Danmarks" sociale politik²⁶². Hannerz mener, at vi alle konstant forhandler vores opfattelse af diversitet og uniformitet (Hannerz

²⁶¹ En noget problematisk sidestilling, men den dukker op i nogle af deltagernes udsagn.

²⁶² Denne diskussion med sig selv er et godt eksempel på en af de metodiske overvejelser, der er beskrevet i kapitel 3, nemlig at interviews af denne type er processer, hvor de enkelte udsagn nok kan tages ud og analyseres, men hvor konteksten i mange tilfælde giver den fulde mening.

1990). Ovennævnte udsagn omkring holdninger til Danmark og danskere er ét eksempel på dette, og i det efterfølgende afsnit vil denne forhandling dukke op igen og igen i form af eksempler på "både-og" holdninger hos de enkelte deltagere og i grupperne.

Enkelte undersøgelsesdeltagere nævner sociale problemer, kriminalitet, junk, arbejdsløshed og selvmordsstatistikken, men på trods heraf opfattes Danmark som trygt, sikkert, rart, mens verden generelt opfattes som lidt, noget eller meget truende, alt efter, hvilke områder, vi taler om. Vi har ikke malaria i Danmark som de har det i Afrika, ifølge 12årige Jesper B. (Lyngby), og vi har ikke verdens giftigste kryb, for de findes i Australien, hvilket Jakob på 12 (Lyngby) har hørt i et dokumentarprogram. Vi har ikke krig i Danmark²⁶³, vi har et socialt sikkerhedsnet, uddannelsesmuligheder, ligestilling og demokrati. Deltagerne sammenligner forholdene i Danmark med selvoplevede eller medierede erfaringer. For eksempel har 12årige Asger fra Kolding været i Tel Aviv i Israel: "Der, sådan ca. 10 gange om dagen kunne man høre politisirener. Der gik soldater rundt og sådan noget." På spørgsmålet om han var bange svarer han "naaarr".

Asger har altså en selvoplevet erfaring, der gør at han kan sammenligne oplevelsen af sikkerhed i Danmark med Israel. For de fleste af de andre deltagere er erfaringerne medierede, især gennem tv, som for dem fortsat er det medie, der især dækker deres nyhedsbehov og giver billeder af verden, som det blev præsenteret i kapitel 5. For eksempel siger 15årige Adam fra Nørrebro:

Adam: Altså så... på DR1 ser jeg, og så ser jeg på TV2, altså Lorry og sådan noget. Så ser jeg nogle gange på TV3, men det er sjældent. Og... så ser jeg nogle gange flere nyheder.

Int. Du ser nyheder hver dag?

Adam: Ja.

Int.: Hvorfor?

Adam: Øh, det har måske noget med at gøre at min mor hun er journalist, så hun skal alligevel se det. Og sidder jeg bare og ser med. Fordi jeg godt kan lide at vide hvad der sker ude i verden.

Deltagerne i undersøgelsen er gennemgående meget bevidste om den globale udstrækning og den kulturelle diversitet, som eksisterer. Der er ikke nogen tydelig aldersforskel på de, der er meget bevidste om det globale perspektiv, og de, der er det i mindre grad. Og selvom der nok er lidt flere af drengene, der klart interesserer sig for, hvad der sker globalt og lokalt, har især de ældste piger også interesse i, hvad der sker i verden. For eksempel siger 15årige Anne Sofie fra Kolding, at det er vigtigt at følge med i hvad der sker i verden: "Altså det man hører i tv-avisen.... Der er krig et eller andet sted, og sådan noget der. ...". Hun har blandt andet hørt om krigen i Libanon og synes, at det er spændende "sådan når det er menneskerne det handler om". Pigerne udtrykker gennemgående en lidt stærkere

²⁶³ Men en enkelt nævner Danmarks engagement i krigen i Jugoslavien. Det var før Danmarks deltagelse i Irakkrigen fra 2003.

interesse i de aspekter af globale begivenheder, der handler om mennesker og deres vilkår. Dog har Susie på 15 fra samme klasse fulgt med i diskussionerne omkring EU og Euroen. Både drenge og piger interesserer sig for, hvad begivenheder i verden kan få betydning for Danmark og dem selv. Interessant nok var argumentet fra flere af de yngre piger og drenge i undersøgelsen, at de ikke kunne se en sammenhæng mellem begivenheder i verden og det, der sker i Danmark. Selvom nogle af de yngre drenge er meget interesserede i globale forhold, kunne dette tyde på, at interesse, faktuel orientering og refleksion kan hænge sammen med alder og en vis modenhed.

Generelt er undersøgelsesdeltagerne afhængige af mediernes dækning af "verden". Morley og Robins diskuterer denne interesse for "det andet" i deres analyse af betydningen af tv-dækningen af 'otherness' i kapitlet "Under Western Eyes" i *Spaces of identity*. Med udgangspunkt i Edvard Saims dystopiske teoretiske forestilling om mediernes forstærkelse af regressive tendenser snarere end progressive udviklinger af internationale relationer, diskuterer de, hvad det betyder, at vi i så høj grad – som det også fremgår af fundene fra afhandlingens undersøgelse, er afhængige af mediernes dækning af 'det andet', 'det ukendte': "We are all largely dependent on the media for our images of non-local people, places and events, and the further the 'event' is from our own direct experience, the more we depend in media images for the totality of our own knowledge" (Morley and Robins 1995: 133). En af deres pointer er, at vestlige medier har udnævnt sig selv til at tale for 'det andet', men fortsat med vestlige briller og værdinormer, der i høj grad skærper blikket på 'dem og os'. Med internettet, satellit-tv og rejser har for eksempel de unge i undersøgelsen mulighed for at orientere sig frit i verden og vælge andre positioner til at betragte 'det andet' end den traditionelle. Som det fremgik af analysen i afsnit 5.1 og 5.4 er intentionerne om at udnytte disse muligheder til stede. Samtidig har stort set alle deltagerne en principiel opfattelse af, at det trods mediernes massive leverancer af information og holdninger, nok er bedst, at man selv oplever verden, for man skal kunne forholde sig til den. I praksis fastholdes de vestlige briller imidlertid i høj grad for deltagerne, som analysen i dette kapitel 6 påviser: udblikket bruges for undersøgelsesdeltagerne i høj grad til at kunne forstå sig selv og til at kunne sammenligne kulturer. Dette understøttes af, at deltagernes indholdspræferencer, som vi så det i kapitel 4 og 5, først og fremmest er vestligt orienteret. Samtidig bliver det til stadighed lettere for deltagerne at enten vælge eller "støde ind i" andre perspektiver gennem lokalt og eventuelt brugerproduceret indhold, især på nettet. Og endelig oplever deltagerne de hastigt voksende muligheder for udvikling af sociale og kulturelle netværk, såvel lokalt som globalt, som det fremgik af afsnit 5.4.

Ude er godt, hjemme er bedst

Danskere, hermed også flertallet af undersøgelsens deltagere, rejser meget både i DK og på længere ferierejser til udlandet²⁶⁴. Præferencer, økonomiske muligheder og forældres erfaringer er tydeligvis med til at bestemme, hvor familiernes rejser går hen. Nogle foretrækker Skandinavien, andre de populære feriesteder i det sydlige Europa. Nogle af mine informanter har besøgt mere fjerne destinationer så som USA, Asien eller Centralafrika. Nogle få har prøvet at bo i udlandet i kortere eller længere tid, hvilket efter deres egne udsagn har indvirket på deres måde at se sig selv som danskere og på dansk kulturs karakteristika og samfund.

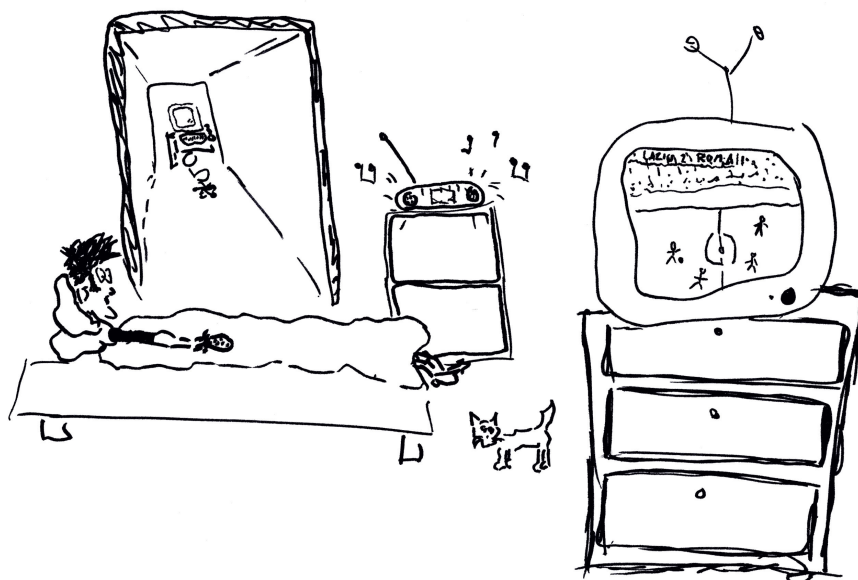
Desforges skelner mellem "intellectualising travel into the collection of knowledge and experience" og strand- eller Disneyland-rejserne (Desforges 177). Teoretisk er denne skelnen måske rimelig i diskussionen af definitionen af anderledeshed og forståelsen af denne, men for de unge undersøgelsesdeltagere er der mindre forskel. En af deltagerne, der har været ved Algarvekysten på badeferie, har oplevelsen af at have været i Portugal og af at have været konfronteret med kulturel, geografisk, historisk, social anderledeshed. Deltagerne er, jævnfør deres overvejelser omkring det at rejse ud herunder, klar over, at længere ophold in medias res giver et bedre helhedsindtryk af andre kulturer og et bedre grundlag for sammenligning, men betydningen af deres kortere ferierejser træder også frem af interviewmaterialet som væsentlige erfaringer, der giver stof til refleksion over det anderledes og egen identitet.

For at undersøge styrken af national tilhørsfølelse sammenlignet med den potentielle bekymring omkring verden som mulighed spurgte jeg mine informanter, om de kunne forestille sig at bo i et andet land. Næsten alle svarede, at de godt kunne tænke sig at bo i udlandet i en kortere periode – for de flestes vedkommende mellem et halvt og et helt år – men derefter, sagde de, der har dansk baggrund, næsten enstemmigt, at de med sikkerhed ville ønske at vende tilbage til Danmark. Både 15årige Peter fra Kolding og 12årige Jesper A fra Lyngby siger, at de "altid vil vende tilbage til Danmark" – og deres hjemegn – "for at dø", fordi de er født her, og det er svært at forestille sig, at man skal dø et andet sted. 12årige Sukran fra Nørrebro, som har tyrkisk baggrund vil imidlertid til Tyrkiet og bo og dø. 15årige Karina fra Lyngby skal til USA for at gå på high school et år efter at være færdig med folkeskolen. Men hun er overbevist om, at hun efter et års oplevelser og kulturel udveksling vil vende tilbage til Danmark, hvor hun "hører til". 15årige Paolo fra Lyngby skal fire måneder til Italien efter folkeskolen for at gå på sprogskole. Han har familie i Italien og taler italiensk, men han har intentioner om at "vende hjem" før eller siden. I en diskussion om at rejse ud

²⁶⁴ Ifølge Danmarks Statistiks opgørelse over danskernes rejseaktiviteter foretog danskere i alt godt 3,1 mill længere udenlandsrejser i 2001. Hertil kommer de korte rejser. Ca. 85% af rejserne går til europæiske lande, hvilket sætter undersøgelsesdeltagernes interesse for lande uden for Europa samt den dominerende interesse for amerikansk produceret underholdning i perspektiv. Til gengæld modsvarer det lave antal rejser til lande uden for Europa undersøgelsesdeltagernes begrænsede interesse for eksotiske rejsemål til andre verdensdele end Europa og USA.

og komme hjem igen siger for eksempel Lars-Peter på 15 fra Tinglev: "Fædrelandet, det .. det... . Jeg vil altid opfatte mig som dansker, det tror jeg." Udtrykket "fædrelandet" er Lars-Peters eget ordvalg.

Denne eksplicite følelse af nationalt tilhørsforhold fremgår også af den danske del af forskningsprogrammet *The European Value Survey*. De væsentligste fund og konklusioner viser, at danskere generelt er meget stolte af Danmark, og at de mener, at Danmark er et af de bedste steder at bo (Gundelach 2001). Undersøgelsen dækker voksne danskere +18, og omfatter dermed ikke de yngste unge, som jeg ser nærmere på. Det er imidlertid en interessant tendens, at især de yngste deltagere i Gundelachs undersøgelse (18-29årige) udtrykker en stigende tendens til at være "meget stolte" over at være danskere, sammenlignet med den øvrige befolkning.



Figur 36. Sune, 9. klasse

Tegningen præsenterer en yndlingssituation: på langs under dynen med musik på anlægget og fodbold på tv. Sunes interesse for italiensk fodbold angives på skærmen: det står 2:1 til Lazio mod Roma. Tegningen kombinerer således, hvorledes fjernsynet bringer den store verdens store kulturelle fænomener ind i drengæværelset. Kampen ses formentlig både som underholdning og som dækning af den interesse Sune, der selv spiller fodbold på højt plan, har for fodboldsporten. Samtidig er de store kampe i italiensk fodbold globalt særlige begivenheder, man meget nødig vil gå glip af, hvis man er fan af italiensk fodbold.

Udblikket til den store verden kontrasteres af den hjemlige ramme, hyggestunden i sengen med musik i baggrunden og den lille kat, der står mellem seng og kommode – den er åbenbart så integreret i Sunes tilværelse, at den skal med, også i en fortælling om mediebrug.

Teknisk set er tegningen interessant. Realistisk set kan Sune ikke se skærmen sådan som de enkelte dele i tegningen er placeret, men han har manipuleret lidt med perspektiv og indbyrdes placering af elementer for at vise, hvad han ser.

Fædreland optræder også i en anden kontekst, nemlig når de deltagere med anden etnisk baggrund end dansk, der enten har en stærk tilknytning til oprindelseslandet gennem familierelationer eller er kommet til Danmark for nylig, taler om, hvor de føler, at de hører til. Marek på 15 år (Kolding), der er flygtning fra Bosnien siger, at han jo allerede bor i udlandet, så han regner med at ville flytte hjem – det vil sige hjem til Bosnien – og leve der resten af sit liv. 12årige Sukran fra Nørrebro, født i Danmark med tyrkisk baggrund, føler sig i høj grad som dansker men også som tyrker og regner med at få en god uddannelse og så tage til Tyrkiet og gøre nytte. Andre er mere splittede omkring deres tilhørsforhold, som det også fremgår af Mounirs udsagn ovenfor.

Drengene i 9. klasse i Kolding reagerer med stolthed, når Danmark udmærker sig:

Ulli: Så bliver man nok lidt stolt altså hvis der er nogen der vinder een eller anden sportsbegivenhed. Så bliver man da sådan lidt stolt, det tror jeg da man gør. Så kommer nationalfølelsen jo op i een.

Rasmus: Ja, ja. Hvis øh, sangen den bliver spillet. Nationalsangen, så plejer os gamle fodboldhelte der at rejse os op, ik'å Niels?

De lande, som mine informanter nævner som mulige mål for længere ophold, afspejler direkte den viden, de allerede har om de forskellige lande. Således nævnte nogle af de, der havde været i Frankrig og England disse muligheder for ophold i udlandet, mens andre nævnte Sverige, Tyskland eller Italien. En hel del kunne godt tænke sig at tage til USA, dels på grund af den status landet har i dele af ungdomskulturen (se kapitel 2, 4 og 5), dels fordi USA for mange forekommer velkendt gennem fiktions- og fakta-medierede erfaringer.

Formålet med at rejse ville for undersøgelsesdeltagerne typisk være "at se verden", hvilket næsten opfattes som et "must" for moderne mennesker – ikke alene for at lære mere om verden men også for at realisere sig selv gennem kulturelle møder og krydsning af grænser i mere end én betydning²⁶⁵.

Desforres taler om **collecting places**, at samle på steder. Hans informanter er ældre end mine (tidlige tyvere), og de har ambitioner om at opnå status som globetrotters. Det er imidlertid slående, at han finder de samme argumenter for at rejse blandt sine voksne og erfarne rejsende, som jeg fandt blandt mine "globetrotters-to-be" informanter. Desforres siger:

²⁶⁵ Frem til midten af 1800-tallet blev det at rejse betragtet som usædvanligt, stort set kun praktiseret i forbindelse med militærtjeneste, pilgrimsrejser, handel og diplomatisk virksomhed. Det at rejse blev desuden anset for at være enten en modig gerning, hellig eller nærmest dumdrigtig. Det var risikabelt og dyrt. Fra 1800 tallet og frem begyndte aristokratiet og velhavende borgere at foretage dannelses rejser som del af civiliserings-proces (Waters 1995:151). I dag er det at rejse stadig forbeholdt de, der kan betale – (hvilket er blevet flere), de der har tid (fornøjelses og opdagelsesrejserne er blevet af kortere varighed), og det betragtes også i nogen grad som risikabelt (men man kender farerne: krig, ulykker, kriminalitet, sygdom og kan tage forbehold), eller risikabelt i den version, hvor den sædvanlige komfort ikke er til stede, og hvor kultur og kommunikation er meget anderledes, så man føler sig prisgivet andre normer og uskrevne regler og dermed føler sig som fremmed på en dårlig måde.

Collecting [places] necessarily means bringing things home to a place where they can be put on display. The knowledge, experience, souvenirs, photographs and sun tans collected by young travelers are not part of an institutional collection, unlike Pratt's 'planetary projects', but as Ceri suggests in the opening quote, are more about the identity of individuals.

(Desforges 1998: 185)

Der er en helt gennemgående opfattelse blandt undersøgelsesdeltagerne om, at det er vigtigt at rejse, så man kan få noget mere at vide om verden – ikke mindst egne erfaringer holdt op mod de medieformidlede. For eksempel siger 13årige Katrine fra Tinglev, at det handler om at ”komme ud og møde andre mennesker og, øh, prøve at klare sig i et andet land, se hvad forskellene er.” Monika på 15 fra Nørrebro vil både gerne rejse til Marokko, hvor hendes familie kommer fra, men hun vil ligeså gerne rejse til andre lande. Specifikt nævner hun Hawaii²⁶⁶. Hun vil gerne ligge på en strand og sole sig hele dagen: ”Jeg synes det ser så pænt ud når man bare ser det i fjernsynet... ligesom at komme ud at rejse i de forskellige lande, det ser altså bare så lækkert ud.”

Set i dette perspektiv er de fleste deltagere i undersøgelsen ”kosmopolitter” – eller satser på at blive det – sådan som Ulf Hannerz definerer begrebet: ”A more genuine cosmopolitanism is first of all an orientation, a willingness to engage with the Other” (Hannerz 1990:239)²⁶⁷.

Desforges diskussion om betydningen af det at rejse og af, hvad man tager med sig hjem i en symbolsk betydning, og de måder hvorpå det at rejse bidrager til dannelsen af selv-identitet, passer også med fund fra min undersøgelse. Deltagernes gennemgående kommentarer om betydningen af at rejse er de samme som Katrines ovenfor. De samler indtryk fra verden, som kan give dem mulighed for at se på sig selv og den kultur, de lever i, med nye øjne.

Han siger videre:

The Othering of travellers today is different from the colonial project, and the power to be gained from consuming the Other is less clear-cut. The desire to 'collect the Other' supports a narrative of personal self-development, but using this narrative depends on situations which are beyond the control of the traveler. What travel does offer is a sense of security in oneself. The power of young travelers I interviewed is the power to tell stories about identity which stretch in two directions: towards a fixing of the identity with the Other, and towards a fixing of their own identities.

(Desforges 1998: 191)

Begge citater siger noget om, hvad man med symbolsk betydning får med sig hjem fra mødet med ”det andet”: det, som jeg vil fortolke som en følelse af forståelse af og samhörig-

²⁶⁶ Som ganske vist er en stat i USA, men opfattes som et land i kraft af sin geografi og kultur.

²⁶⁷ Hannerz mener endvidere, at man kan være både ”dilettantes as well as connoisseurs, and often are both, at different times” (Hannerz 1990:239). Desuden er man både kosmopolit (ude) og lokal (hjemme) på samme tid.

hed med "det andet" og herigennem en øget selvforståelse, bidrag til egen identitet. Som så mange af de andre deltagere, har 15årige Marie fra Nørrebro haft spændende møder med mennesker og steder og har fået positive indtryk fra "out there" med sig. Samtidig har hun også oplevet et sammenstød mellem det eksotiske fremmede og sine egne normer og forestillinger, om det gode liv, når hun, som hun siger, under et besøg i en lille græsk landsby tænker: "aj, her kan jeg ikke leve!" Det kan lyde banalt, når nogle af de unge straks giver sig til at tale om dansk mad og ikke-danske måder at gøre tingene på, når man taler om deres rejseoplevelser, men også dette udtrykker bevidstheden om den globale udstrækning og den lokale forankring.

Selvom der er udbredt enighed blandt undersøgelsesdeltagerne om, at Danmark alt i alt er en tryk havn med gode muligheder, er der også flere – og gerne de samme som mener, at Danmark er et godt sted at leve – der tror, at danskere kan lære meget fra andre lande. Gennemgående er undersøgelses deltagerne enige om, at det er godt at komme ud og opleve verden – direkte for at se, prøve, mærke noget nyt, indirekte for at kunne spejle Danmark og tilværelsen i verden. Det gælder ikke kun den forholdsvis simple fascination af USA, men også andre steder. For eksempel siger Anna på 12 år fra Nørrebro:

Jeg synes det ville være bedre hvis folk var bedre til at kommunikere, eller lære noget af hinanden, altså jeg tror vi ville kunne lære – danskerne i hvert fald – altså det kunne alle, lære af andre steder i verden, ikk, altså ... hvad ved jeg. Australien eller Afrika eller hvor det nu er vi har lyst til at lære fra, ikk? Man skal jo ikke grave så langt i de andre lande for at finde noget som vi ikke vidste vi godt kunne bruge i vores land.

Pigerne i 9. klasse på Nørrebro er enige om, at man skal opleve noget i sit korte liv. Det er ikke nok at vokse op i Danmark, tage på en lille tur til Sverige og så dø i Danmark:

Julie: Det er for kedeligt på en eller anden måde. Så får man ikke nok ud at livet fordi at altså verden er utrolig stor, ikk'

Kirstine: Det er fordi verden ikke er ens overalt.

Julie: Nej, den er ... man skal opleve det hele.

Marie: Man skal også lære at se på andre ting, altså man skal lære at se fra forskellige kulturer og man lærer jo noget hver gang man er ude at rejse, det mener jeg i hvert fald at man gør, at man lærer hvordan folk de opfører sig i andre lande, ik?

Tre af pigerne på Nørrebro mener fortsat, at Danmark er det bedste sted at bo, men "hjemme er bedst" holder dog ikke helt i alle tilfælde. 15årige Marie fra Nørrebro siger for eksempel, at hun ikke er specielt stolt af at være dansker (men heller ikke ked af det): "Altså mine planer for fremtiden, det er, at jeg skal bare flytte væk fra Danmark, ikk." Og hun ved ikke præcis hvorhen, bare væk. Og på spørgsmålet om hun regner med at ville flytte hjem igen, svarer hun kort: "Nej!" Men interessant nok er hendes begrundelse for at ville væk ikke, at hun ikke kan lide Danmark som sådan, men at hun er bange for at komme til

at hænge fast i middelmådhed, kedeligt arbejde, kernefamilie, småfed mand og daglige rutiner. Hendes ønske om at flytte hænger sammen med livsdrømmen om kreativt arbejde, spændende oplevelser og drømmen om at være noget særligt (se afsnit 2.3), alt sammen noget hun mener at kunne realisere eller udleve i mødet med det fremmede. Pigerne er generelt mere interesserede end drengene i at komme ud og realisere sig selv og udtrykker flere drømme om deres fremtidsliv. Det er *måske* karakteristisk for piger i denne aldersgruppe, blandt set i forhold til diskussionerne om ungdom som praksis, identitet og fællesskaber i afsnit 2.3.

Især de 15-16årige deltagere, både drenge og piger, har mange ideer om, hvor de gerne vil rejse hen, enten på almindelige ferier eller i længere tid. Interesserne deler sig især mellem USA og Australien eller Europa, især de lande, der minder mest om Danmark. Mange baserer først og fremmest deres interesse på medieret information, men også på tidligere erfaringer fra rejser eller fra familie eller bekendte, der har bosat sig i et andet land og kan fortælle om fordele og ulemper. Daniel på 15 (Tinglev) kunne for eksempel godt tænke sig at tage til Australien og besøge sin søster, men ellers vil han gerne til Japan: "Ja, altså, det er en fuldstændig anden kultur og det kunne da være vildt sjovt. Det er også dernede, at teknologien som vil være længst fremme den bliver brugt. Altså, det er jo først Japan, så USA og så Europa." På spørgsmålet om, hvordan han kender noget til Japan og japanere, svarer Daniel, at han har set japanske film og "noget [tv] med folk, der er taget til et andet land og boet der".

Trygheden ved det danske optræder i mødet med det fremmede, som når Kristoffer på 12 år (Kolding) for eksempel siger: "Jamen, jeg har været meget heldig, for mange gange, når vi er taget på ferie, for eksempel i Frankrig. Så har jeg tit mødt danskere på min alder." Så behøver man ikke at bekymre sig om sprog og andre kulturforskelle men kan etablere sin egen lille midlertidige danske eksilenhed midt i det fremmede og føle sig tryk i relativt velkendte rammer og med relativt gode muligheder for fælles referencerammer. Andre, som for eksempel 15årige Asbjørn og Paolo fra Lyngby er dog mere interesserede i at lære lokale at kende, men de har særlige forudsætninger for at turde gennem henholdsvis erfaring med at leve i længere tid henholdsvis at have familie i en fremmed kultur.

Netværk af familie og venner har i det hele taget stor betydning for tilhørsforhold. Det gælder både de danskere, der bor i DK, og de, der bor i udlandet. Hvis man er i Danmark i nærheden af venner og familie, oplever man trygheden og tilhørsforholdet i dagligdagen. Hvis man er ude i verden kan den medierede kontakt med familie og venner importere følelsen af tryghed – men selvfølgelig også øge følelsen af fremmedgørelsen. Som i Paolos tilfælde kan det fremmede blive velkendt gennem de nære relationer. De undersøgelsesdeltagere, der har familie i andre lande – især med indvandrerbaggrund, men også andre – får udtrakt deres globale orientering gennem de personlige relationer.

Et sidste underemne i dette afsnit om ude og hjemme handler om de undersøgelsesdeltagere med anden etnisk baggrund, der rejser tilbage til deres oprindelsesland på ferie. Det gælder for eksempel alle drengene i 6. klasse på Nørrebro. Disse fire, hvoraf de tre er født udenfor Danmark og blandt har vanskeligt ved fuldt ud at tale og forstå dansk, opfatter ikke fremmedhed på samme måde som deres kammerater med dansk baggrund eller de med en anden baggrund, der er født og opvokset i Danmark. De føler sig hjemme, når de besøger familien i oprindelseslandet, og "hjem" får en ny betydning, fordi de kan være hjemme i deres kultur og hjemme i deres lokalitet, altså på Nørrebro, hvor deres familie og skolekammerater bor. I modsætning hertil føler for eksempel Sukran, der går i samme klasse, sig hjemme i Danmark og på besøg i en fremmed verden, når hun besøger familien i oprindelseslandet. Hun har problemer med at forstå og efterleve de kulturelle koder og glæder sig til at komme tilbage til sin danske hverdag igen – også selvom hun føler, at hun har en dobbelt identitet. Nogle af deltagerne med anden etnisk baggrund forestiller sig, at de vil rejse tilbage til deres oprindelsesland, som for eksempel 15årige Marek (Kolding), som vi så ovenfor, og drengene fra 6. klasse på Nørrebro. Det samme gælder Sukran, men med et andet motiv: hun vil have en god uddannelse i Danmark og så bruge den i sit oprindelsesland, Tyrkiet, for at gavne dette. Mounir på 16 år (Nørrebro), derimod, ser sin og sine efterkommeres fremtid, men med en aktiv indsats for at holde fast i den oprindelige kultur, især de religiøse værdier.

Malcolm Waters taler om dette clash mellem kulturer som mødet mellem "translation and tradition". Han fokuserer på, hvordan etniske grupper med flere kulturer, især der hvor tradition mødes med det postmoderne og hvor disse unge søger at udvikle nye udtryksformer, som på én gang adskiller sig fra og inkluderer deres oprindelse – og til stadighed i den postmoderne verden undergår konstant forandring (Waters 1995:137). Da jeg ikke har fulgt mine informanter over tid, kan jeg kun se på de kulturelle koder og udtryksformer, som jeg møder i klasserne og under interviewene med grupperne. Og der er ingen tvivl om, at næsten alle de, der har baggrund i en markant anderledes kultur end den vestlige, har udviklet nye udtryksformer i form af sprog og koder, attitude og påklædning – sidstnævnte ligger nok ganske tæt op ad de andres stil, men samlet set markeres der anderledeshed, en stilningtagen til det at være dansker og noget andet. Det kan være vanskeligt at se, hvor meget attitude, især på Nørrebro, der mimes fra for eksempel gangsta-rappere og hiphopkultur, men på sin vis er det underordnet – det væsentlige er, at sprog, stil og attitude signalerer, at man definerer sig som noget andet end andre og som fælles med de, der er i samme situation. Det handler i høj grad om markering af, hvem man er, og hvordan man forholder sig til sine to kulturer og sin position i mellem dem.

I relation til snakken om det at rejse ud i verden, kom vi også ind på muligheden for **virtuelle rejser**. Mine informanter diskuterede om de mente, at det at rejse i cyberspace, virtuelt, ville være en løsning som værn mod den fysiske rejses potentielle farer, problemer og ube-

hageligheder og som mulighed for at nå uendelige og fjerne rejsemål. Kevin Robins analyserede allerede i 1995 forholdet mellem "Cyberspace and the world we live in" (Robins 1995), og Lisa Nakamura har diskuteret muligheder for at rejse i cyberspace i sin artikel om computerindustriens og teleselskabernes markedsføringskampagner i forbindelse med *De Olympiske Lege* i 1996. I disse kampagner blev verden markedsført som eksotisk, spændende og uendelig. Nakamura siger om Microsofts slogan 'Where do you want to go today?':

Access to Microsoft's technology and networks promises the consumer a 'world without limits' where he can possess an idealized mobility. Microsoft's promise to transport the user to new (cyber) spaces where desire can be fulfilled in enticing in its very vagueness, offering a seemingly openended invitation for travel and new experiences. A sort of technologically enabled transnationality is evoked here, but one that directly addresses the first-world user, whose position on the network will allow him to metaphorically go wherever he likes.²⁶⁸

(Nakamura 2001:17)

På trods af disse lokkende udsigter til at kunne rejse i virtual reality og trods den ekstensive brug af computer og internet som medie for kulturel og social udveksling 'købte' mine informanter ikke argumentet og diverse slogans. Enkelte ville ikke afvise muligheden for at det engang i fremtiden ("Tja, måske om 40 år" Arne, 12 år, Tinglev) kunne blive aktuelt primært at rejse og være sociale i cyberspace men tanken forekom ikke at være tiltalende.

Ulf Hannerz er også inde på mediernes betydning i forhold til vores mulighed for at opleve "the Other": "What McLuhan once described as the implosive power of the media may now make just about everybody a little more cosmopolitan. And one may in the end ask whether it is now even more possible to become a cosmopolitan without going away at all." (Hannerz 1990:249). Deltagerne i afhandlingens undersøgelse mener generelt, at digitale medier har store potentialer for at befordre global kommunikation og som kanaler for visuel formidling af erfaringer og indtryk. Flere fremhæver online televideokommunikation og webcams som kilder til flere og bedre informationer. Virtual reality kunne godt på sin vis være en måde at opleve nye universer på (f.eks. fremmede kulturer), men 'at være der selv' er bedre end 'som at', fordi man skal kunne vælge sine indtryk og ikke mindst kunne kommunikere direkte.

Mange argumenterer i interviewene ud fra deres egne erfaringer med fremmede kulturer, mennesker, lokationer og klima og tilføjer deres egne overvejelser omkring behovet for at have sanseoplevelser på stedet for at fuldt ud at kunne opfatte og opleve kulturel diversitet

²⁶⁸ Siden såvel Microsofts 1996 slogan og Nakamuras artikel er både begrebet og strategier udviklet sig noget. For eksempel vil man næppe længere støde på 'cyberspace' men bruge begreber som 'virtuelle verdener', 'online sociale mødesteder' osv. Og reklamer for computerindustrien og teleselskaberne har skiftet diskurs og strategi: man skal ikke længere have verden til sig, der, hvor man har hjemme, men kunne tilgå verden – inklusive den hjemlige lokalitet - uanset, hvor man er. Men i 2000 gav det stadig god mening at spørge om forestillingerne om at kunne rejse i cyberspace, fordi de virtuelle muligheder for alvor dukkede op indenfor almindelige brugeres rækkevidde.

(Stald 2002b). Giddens diskuterer til dels dette som sit fjerde dilemma i forhold til selvet under moderniteten, dvs dilemmaet mellem "personalised versus commodified experience", altså personliggjort versus varegjort oplevelse (Giddens 1991:196-201). Det unikke og personligt oplevede slår for mine undersøgelsesdeltagere den kommercielt tilpassede medierede oplevelse. Denne ganske fremtrædende attitude blandt mine deltagere er bemærkelsesværdig, især hvis vi holder andelen af medieret oplevelse op mod omfanget af selvoplevede kulturelle møder, især i forhold til at 'møde verden'.

Som nævnt fremhæver flere deltagere, at man ikke kan få de rigtige sanseindtryk via medierne – lyde, lugte, smag, berøring – og at disse er nødvendige forudsætninger for at opleve 100 % og dermed fornemme fremmedheden blandet med det velkendte. Drengene i 9. klasse i Tinglev bliver næsten poetiske i deres beskrivelser:

Daniel: Nej, altså hvis man har været i Grækenland, jeg kunne ikke forestille mig ikke at sidde dernede. Hvis du kører forbi en butik, så er det ikke nok bare at kikke, de hiver dig ind, altså det er hele charmen dernede, det kan man ikke erstatte med en computer, hvor der sidder en eller anden computermand: hej, hej, hej.

Lars-Peter: Jeg tror at det er sådan noget med, at jeg vil også gerne kunne mærke blæsten og hvis jeg tager ud til Atlanterhavet, så vil jeg kunne lugte saltvandet og i det hele taget alle de dér sanser, man kan ikke få det med på en computer.

For eksempel drengene i 6. klasse i Lyngby deler denne opfattelse. Jesper B. siger:

Fordi at det er da sjovere at være et sted henne, hvor du kan bade i stedet for at du sidder med badebukser og sådan nogle, øh, svømmebriller på og svømmefødder med et mavebælte rundt og sidder sådan her (laver svømmebevægelser) på internettet, ikke? Som om man svømmer ude i noget varmt vand, det er jo ikke det samme som at svømme.

Den optimale rejseoplevelse er altså en kombination af fysisk tilstedeværelse i situationen og en sanselig dimension, der bidrager til indtrykket af originalitet og personlig oplevelse. Giddens taler ikke om rejser i cyberspace men om soap-seriers forudsigelighed og mix af "contingency, reflexivity and fate" (Giddens 1991: 199), altså typiske medierede oplevelser af den art, som fylder en stor del af deltagergruppens medierede oplevelser (se kapitel 4 og 5). Men samtidig peger Giddens på, at "even the most oppressed of individuals ... react creatively and interpretatively to processes of commodification which impinge on their lives. This is true both within the realm of mediated experience and of direct consumption" (ibid.).

Pigerne i 6. klasse i Kolding kobler det eksplorativt perspektiv med det sanselige, det vil sige med nødvendigheden af tilstedeværelse, at være der "rigtigt":

Julia: Ej, men altså, det kunne jeg godt tænke mig, men jeg kunne også godt tænke mig at rejse hele jorden rundt. Og se hvordan verden den så ud, fordi det ved man jo ikke.

Rosa: Det kunne være interessant.

Hanne: Ja, og sjovt.

Int.: Ved I ikke hvordan verden ser ud?

Julia: Jo, men altså man kan jo blandt andet besøge nogen i Thailand og Spanien og...

Int.: Heller ikke selvom I har set en masse billeder på film og tv og sådan noget?

Rosa: Jeg tror det er bedre at være dernede. Ja, eller jeg ved det ikke, vel. Fordi så oplever man det rigtigt selv, i stedet for at sidde og se det på fjernsynet derhjemme (flere i munden på hinanden).

Int.: Så fjernsynet det er bare nogle billeder...?

Rosa: Jeg vil hellere selv prøve derned end jeg vil sidde og se det på fjernsynet, fordi så er det noget, man selv har oplevet, og så kan mærke varmen, hvis der er varmt dernede, ikke.

Den globale landsby eller lille land i en stor verden?

Verden er ganske vist 'blevet mindre', fordi dele af verden er blevet forbundet gennem IT baserede netværk, medieret information og rejser, men det er stadigvæk vanskeligt at overskue den fra de 12-16 åriges position. Den globale udstrækning er blevet større, fordi adgangen til verden netop er blevet global, og det kræver meget at få overblik og at kunne placere sig selv og sin lokalitet i det globale billede (Morley og Robins 1995). Denne proces er beskrevet mere indgående teoretisk i kapitel 2, hvor Helds basale forståelse af globalisering præsenteres: 'The widening, deepening and speeding up of global interconnectedness' (Held et al. 1999:14). Der sker en stadig større erkendelse af den globale udstrækning, fordi vi dagligt konfronteres med denne på forskellige måder og må forholde os til den. Deltagerne i undersøgelsen har tydeligvis, som det fremgår af hele dette kapitel, forskellige strategier til at håndtere denne nødvendighed af at kunne forholde sig til verden. Et af kollisionspunkterne er, at Danmark på samme tid opfattes som verdens navle, fordi der er herfra deltagerens erfaringsverden udgår, uanset medierede og selvoplevede indsigter, og opleves som et meget lille land. Det omtales både som positivt på grund af overskueligheden og, med nogen ironi, som udtryk for en vis ubetydelighed i forhold til Danmarks globale status.

De globaliseringsteorier, der blev præsenteret i del 2, betragter netværk, også medierede, som grundlaget for globalisering. I undersøgelsen diskuteres dette i nogle tilfælde generelt, blandt andet i forhold til interaktion på tværs af kulturer. Især kan undersøgelsesdeltagerne imidlertid forholde sig til de personlige netværk, som vi så det i kapitel 5 i afsnittene om internet og om fællesskaber. 15årige Lars-Peter fra Tinglev kobler begge dele sammen i en diskussion om, hvorvidt internettet har bragt folk tættere på hinanden: "Ja, det har vi da allerede gjort her i de sidste par år, øh, vi er da kommet meget tættere på hinanden, altså før ... ja, dem ovre fra Amerika, de var vel aldrig nogensinde i nærheden af Europa, de er da rykket en del tættere på, verden er blevet mindre."

Nogle formulerer principholdninger om fællesskaber på tværs af grænser og nødvendigheden af at interessere sig for andre, også i fjerne egne. Andre føler ikke, at de kan overskue dette og føler ikke, at det kommer dem ved, hvad der sker i verden. Det er sikrest og lettest

at lukke af og bevare trygheden (det lyder negativt, men det er en fortolkning af udsagn). På den ene side udtrykker undersøgelsesdeltagerne, at det er vanskeligt at føle fællesskab med andre i verden, når man ikke kender dem, på den anden side viser det sig, at man ikke behøver at kende hinanden over tid eller dybt, såvel online som offline, før man kan identificere genkendelige områder, der kan tjene som udgangspunkt for videre udvikling af fællesskaber. Et eksempel ses i næste afsnit, hvor Anders fortæller om et møde med andre unge i Spanien. Som vi så i del 2 (s.28) definerer Stig Hjarvard blandt andet globalisering som 'transcendence of national frontiers'. Denne transcendens finder på mange måder sted i de unge undersøgelsesdeltageres universer, både fysisk og via medierede oplevelser. Men der sker også en stadig overvejelse omkring betydningen af grænser og om en potentiel globaliserings potentialer og problemer, set ud fra deltagerens egen erfaringsverden.

Forestillinger om 'de andre' i verden

Deltagerne i undersøgelsen har relativt stærke meninger om, at man er forskellige i forskellige kulturer – det vil sige udover at tale forskellige sprog, er levevilkår, normer, interesser og så videre forskellige og det påvirker den måde, vi er på i forskellige kulturer. Oskar på 16 bor i Tinglev og har en dansk og en tysk forælder. Han er godt tilfreds med at være både tysk og dansk. Men han synes, at danskere generelt er sjovere og mere afslappede end tyskere, som efter hans mening er "mere renlige og ordentlige end danskere". Man kan selvfølgelig ikke sige, at dette udtrykker fordomme og forestillinger om tyskere henholdsvis danskere, eftersom han har selvoplevede erfaringer. Undersøgelsesdeltagerne generaliserer imidlertid gerne på baggrund af egne erfaringer kombineret med indtryk hentet via medierne.

Men indimellem har deltagerne også haft oplevelser, der har rykket ved deres forestillinger om det fremmede. For eksempel fortæller Alex på 15 (Nørrebro):

Jeg har jo været på ferie i Spanien her i år. Der var der nogle fra Holland, som når man begyndte at snakke med dem, så var de faktisk ligesom os, alle ens venner, bortset fra at man snakkede engelsk med dem, ikk'? Så var der også nogle danskere dernede. Så der er mange på min alder, de har de samme synspunkter og holdninger og hører samme musik og sådan noget.

På spørgsmålet om det var, fordi de alle var europæere, at de havde noget til fælles, siger Alex: "Det ved jeg ikke, altså sådan er det vel også i USA. Jeg ved ikke. Kina og sådan noget, jeg ved ikke, hvad de hører derhenne. Men Asien ved jeg ikke noget om. Og så er der Australien og USA ..." I Alex' forståelse er det altså musikken, der ser ud til at være fælles omdrejningsakse snarere end, hvor man kommer fra. Musikken bliver et mødested på tværs af kulturer.

I forrige afsnit så vi eksemplet med Daniel, der kender til Japan fra medierne, og her har vi Alex, der primært kender til vestlige lande. Hvis vi vender tilbage til analyserne mediepræ-

ferencer i kapitel 4 og 5 spores en direkte sammenhæng mellem, hvilke dele af verden medieindholdet kommer fra og handler om, og den interesse og nysgerrighed, undersøgelsesdeltagerne udtrykker for andre lokaliteter. Selvom medierne præsenterer den "farlige" globale realitet, er det også i høj grad gennem medierne at interessen for det globale vækkes.

Alex' udsagn er endvidere et af de få eksempler på udsagn om, at ungdomskulturer kan spores globalt og at medierne har sin betydning her – Alex refererer til, at han delte musikerfaringer og –smag med de hollændere og andre danskere, han mødte i Spanien. Han overvejer, at hvis nu de hørte det samme i Kina og Australien, og hvis man kunne tale sammen og finde ud af at man delte smag og på mange måde havde de samme synspunkter og holdninger, så ville man kunne tale om global ungdomskultur.

Det er helt klart, at USA opfattes som fascinerende af de fleste deltagere i undersøgelsen, som vi også har set ovenfor og især i forhold til vurderingen af amerikanske medieprodukter (kapitel 5). Når det kommer til værdier og forskelle mellem for eksempel Danmark og USA, er det tilsyneladende ikke så let for deltagerne at komme med konkrete eksempler. Johs på 13 år fra Tinglev mener, at USA er noget særligt – folk 'derovre' er lidt mere blærede, lidt sejere, uden nærmere angivelse. Et andet eksempel er 12årige Kristoffer fra Kolding, som hævder, at "USA de var nok 20 år før os med internettet og "hvis USA ikke var som det var, det der meget udfordrende land, hvor alle skal prøve noget, så tror jeg, så ville verden ikke se ud som den er i dag". Det er dog væsentligt, at der også gennemgående eksisterer bestemte forestillinger om, hvordan og hvorfor mediemarkederne ser ud, som de gør. Især er forestillingen om USA's dominerende rolle interessant, idet den er skruet sammen af faktiske, iagttagelige forhold og uunderbyggede antagelser. For eksempel siger Kristoffer:

Der har lige været sådan en forsamling med én eller anden dansker som boede i USA, som der havde opfundet et eller andet internet-noget. Og han sagde jo, at USA de var nok 20 år før os med internettet. Altså, de er så meget hurtigere og øh gør tingene bedre og sådan noget ... Hvis nu at sko med lys på siderne blev enormt populært derovre, så ville det hurtigt blive populært over hele verden.

Tankegangen her er altså, at "vi" generelt er fascinerede af alt, som kommer fra USA og gør, hvad vi kan for at efterligne. At Danmark ligger øverst på listen over lande med størst adgang til og anvendelse af IT, og at de 20 års forskydning mellem integration af internettet i USA og i Danmark ikke helt holder²⁶⁹, er ikke væsentligt her. Det er interessant, at Kristoffer gerne vil argumentere ordentligt for sit synspunkt og underbygger det med en eksildanskers erfaringer, som har mulighed for at sammenligne udvikling og innovation i de to kultu-

²⁶⁹ Hvis vi taler om populær udbredelse. Internettet blev ganske rigtigt udviklet i USA, hvor forløberen, Arpanet, blev testet på fire universiteter i 1969. Internettet som system startede i 1983, og ideen om http protokollen, der er basis for the World Wide Web blev forelagt CERN i 1989 af Tim Berners-Lee. <http://www.blec offentligt tilgængeligt i 1991>. I Danmark blev internettet og WWW populært fra midten af 1990'erne. <http://www.w3.org/History.html>; <http://www.isoc.org/>

rer. Og Kristoffer fortsætter med en argumentation om, at trangen til at være først og størst driver udviklingen i USA og giver os andre, der holder fast i traditionelle områder, vi er gode til, baghjul. Forestillingerne om årsagssammenhænge til andre landes betydning i forhold til USA udtrykkes således af Kristoffer:

For eksempel Italien de er jo ikke så langt fremme. Det er jo fodbold og med øh vin det hele, næsten ik' osse. De, de, jeg tror ik' der er så mange nede i Italien der interesserer sig for internettet. (pause)

Hvis Italien, de var sådan et land hvor alle ville prøve noget, hele tiden. Så tror jeg også det ville blive meget verdenskendt hurtigt. Så altså, det er også nogen af dem som der gjorde vin meget kendt, ik' osse. Fordi de vil, de vil sgu have noget vin dernede. Så de bliver hurtigt kendt. Det er det som de er gode til. Det de har kendt over hele verden for. Men øhm, de har så ikke fundet på noget nyt. Men det har USA, de øh, har hele tiden noget nyt. Som alle så skal prøve bagefter dem.

Bortset fra referencen til den dansk-amerikanske internetekspert er Kristoffers udsagn ikke baseret på fakta²⁷⁰, men på forestillinger og egne erfaringer og interesser. At Italien for eksempel er meget kendt for mode²⁷¹, arkitektur, design indgår ikke i Kristoffers argumentation.

Betydningen af sprog

I kapitel 5 så jeg nærmere på betydningen af sprog i forhold til reception af medieindhold. I dette kapitel ligger fokus på den sociale og kulturelle betydning af sprog. Sprog er, kort sagt, fundamentet for kommunikation og dermed for kultur. Det vil sige, at uden sprog er vores samfund og kultur ikke mulig. Anthony Giddens siger i den anledning:

Virtually all human experience is mediated – through socialisation and in particular the acquisition of language. Language and memory are intrinsically connected, both on the level of individual recall and that of the institutionalisation of collective experience. For human life, language is the prime and original means of time-space distanciation, elevating human activity beyond the immediacy of the experience of animals'

(Giddens 1991:23)

I samme afsnit refererer han til Lévi-Strauss' beskrivelse af sproget som en tidsmaskine, der gør det muligt at genopleve sociale praksisser på tværs af generationer, hvilket sætter os i stand til at skelne mellem fortid, nutid og fremtid. (Giddens 1991:23). Klaus Bruhn Jensen fortsætter denne tankegang i en kritisk diskussion af poststrukturalismens distinktion mellem sprog som medie for repræsentation og som handlemåde, i det han udvider betydningen af ovenstående: '... human language enables us to describe things in the world. On the other hand, language enters into most action, orientating human purposes and trans-

²⁷⁰ Selvom han ikke rammer helt forkert: i 2000 havde 23% i Italien adgang til internet, 39% havde det i Danmark og godt 43% i USA. I 2009 har Danmark langt overhalet USA, mens USA fortsat ligger langt foran Italien. Kilde www.itu.org.

²⁷¹ Dyre italienske tasker, sko og tøj var ikke helt så populære blandt især unge piger men også drenge i 2000 som i dag. Ellers havde udsagnet med stort måske lydt anderledes. Men det er spørgsmålet om Gucci, Versace og Dolce & Gabbana forbindes med et land.

forming social realities. Saying means doing,' (Jensen 1995:9). Empirisk underbygges dette i afhandlingens datamateriale, idet betydningen af sprog dukker op i de fleste sammenhænge undervejs i de kvalitative interviews.

Selvom deltagerne i min undersøgelse udtrykker sig mindre abstrakt, er de umiddelbart lige så opmærksomme på den basale praktiske henholdsvis kulturelle funktion af sprog som adskillige teoretikere. Ét eksempel er 15årige Susie fra Kolding, der til spørgsmålet om, hvorvidt de [hun og hendes jævnaldrende, GS] bliver påvirket af, at det meste de ser, er amerikanske serier, og at de især hører engelsk og amerikansk musik, og eventuelt hvordan, de bliver påvirket, svarer: "Jeg griber faktisk tit mig selv i at tænke på, altså når jeg tænker, så er det faktisk på engelsk, altså jeg siger tingene i mit eget hoved, det er lidt mærkeligt. ... Det er fordi jeg hører det hele tiden, så. ... Jeg synes ikke det er særlig fedt (fnis), fordi jeg vil da kunne være gennemført dansk." Trods dette udsagn mixer Susie som sine kammerater i interviewgruppen engelske udtryk ind i sit sprog, og orienterer sig hovedsageligt mod amerikansk populærkultur. Tegningerne i figur 37 herunder er et lille bidrag til denne diskussion.

Sprog har på mange måder en **symbolsk betydning**. Gennemgående i undersøgelsen beskriver deltagerne det danske sprog i emotionelle vendinger som en af de væsentligste måder til at identificere sig selv i forhold til den store verden. Det vil sige, sprog opfattes som markering af tilhørsforhold, og til at kunne identificere, hvor i verden andre kommer fra og hører til, såvel ved medierede møder som i den fysiske virkelighed. Sprog bliver således både markør af nationalitet og af kulturel diversitet. Dette umiddelbare 'bruger'-perspektiv, som er diskuteret i interviewsituationen, altså uden stikord fra min side, deles af kulturforskere og sprogforskere. For eksempel siger Benjamin Anderson om denne emotionelt betingede, symbolske, ifølge Anderson historisk bestemte, betydning af sprog således:

What the eye is to the lover – that particular, ordinary eye he or she is born with – language – whatever language history has made his or her mother tongue – is to the patriot. Through the language, encountered at mother's knee and parted with only at the grave, pasts are restored, fellowships are imagined, and futures dreamed

(Anderson 1991:154)

Dansk opfattes af de fleste undersøgelsesdeltagere²⁷² som forudsætning for identitet. Sproget gør det muligt at opfatte sig som noget særligt i forhold til andre nationer. Det er noget særligt at have et nationalsprog, der tales af så få. Dette er med til at gøre det vigtigt at bevare. 15årige Lars-Peter fra Tinglev mener i øvrigt også, at man burde have lært af historien om Babelstårnet, hvor man forsøgte at få alle ind og få samme sprog. Han vil "lige minde om at det ikke var en succes". Karina på 15 år fra Lyngby siger i diskussionen om, hvorvidt vi skal afskaffe dansk og lære engelsk alle sammen: "Nej, det synes jeg ikke. Det

²⁷² Som det ses senere i afsnittet, er deltagere med anden etnisk baggrund splittede i deres nationale identitet, i sær i lyset af, hvor længe de og deres familie har været i Danmark, hvor stærk tilknytning de har til oprindelseslandet og hvor meget denne kultur betyder i dagligdagen.



Figur 37. Elise og Christina, begge 9. klasse i Tinglev:

Disse tegninger er to af flere, der demonstrerer et lille hjørne af anglocifieringen af især unge danskeres sprog. Der er ikke nogen særlig grund til for eksempel i Elises baggrund (øverste tegning) at skrive 'My Room' på engelsk. Det lyder muligvis af lidt mere end 'mit værelse', især i selskab med *Beverly Hills 90210*, som kører på fjernsynet. Det balanceres dog i nogen grad af, at service-teksterne 'sterio-anlæg' og 'fjernsyn' er skrevet på dansk. Der er heller ikke nogen speciel grund til, at Christina skriver 'My World' - og dog, det refererer muligvis tilbage til snakken om 'verden og det lokale' under interviewet. Det kan også være en kommentar til, at hendes værelse med mediebrug efter eget valg og muligheden for at smide sig på sengen er hendes egen private verden. Igen er der ikke nogen speciel grund til at skrive titlen på engelsk frem for på dansk. Da det næppe er en reference til Dean Martin-nummeret 'Welcome to my World' er det rimeligt at tolke brugen af engelsk som et umiddelbart udtryk for fascination af det engelske sprog og det, dette generelt set repræsenterer i danske ungdomskulturer.

øh, det er sådan lidt den sidste nationalfølelse vi har, det kan jeg ikke lige bruge til noget. Øhm, men derfor så synes jeg da stadig altså det er vigtigt at vi lærer engelsk og tysk og fransk og sådan, spansk og italiensk og japansk.” Karina mener, at resten af verden er ret ligeglade med Danmark, og at det er os, der skal ud og tale med andre. Udsagnet kan læses som en (indirekte) kommentar til Len Ang, der mener, som vi så ovenfor, at forsøget på at fastholde en national kultur og identitet er en kunstig konstruktion, der modarbejder global udvikling. Men sådan som mange af undersøgelsesdeltagerne ser det, er det, at vi definerer os som danskere, først og fremmest gennem sproget, med til at åbne vores øjne for andre verdener. På den anden side er det tydeligt, at for eksempel sproget er med til at fastholde opfattelsen af 'her', altså Danmark som kulturel enhed, i forhold til 'der', verden som det anderledes og fremmede.

12årige Anna fra Nørrebro berører nogle centrale emner, når hun forbinder betydningen af sprog med spørgsmål om kulturel diversitet, tilhørsforhold og identitet:

Jeg tror, øh ... jeg tror det er godt at vi er forskellige lande, for prøv at tænke på hvor forskelligt der er, lad os bare sige fra Danmark og Tyrkiet. Det er jo... ikke bare sprog, men kultur altså, det er helt forskelligt, og så tror jeg at det er synd, hvis man mister alle de ting. Ellers så tror jeg ikke... så ville man ikke føle sig, øh, så er det som om, at man ikke har noget sted at, øh, at holde til eller være. Altså man føler sig ikke sådan, øh, men jeg tror man ville få identitetsproblemer på en eller anden måde, altså det dér med at man er bare ligesom alle de andre, alt er, øh, alt er... det er ensformigt.

Hannerz mener, at sproget har domineret den måde, hvorpå vi tænker på kulturelle grænser:

For quite some time, language has probably dominated our thinking about cultural boundaries, since it has coincided with notions of nation, and the active involvement in other symbolic modes – music, gesture, and others, and their combinations – has tended to be mainly confined to local, face-to-face setting’.

(Hannerz 1996:21)

Der er imidlertid ikke tvivl om, at sproget fortsat står meget centralt som markør af kultur – både kulturel identitet og kulturel diversitet – blandt de unge undersøgelsesdeltagere. Trods det, at de bemestrer engelsk på et niveau, der gør det muligt for dem at kommunikere på tværs af kulturer, er deres egen selvforståelse dybt forankret i sproget. Det udtrykkes blandt andet af 15årige Peter fra Kolding, der siger: ”Fordi det er os. Det er det vi er vokset op med. Man kan ikke bare smide... Det er også nationalfølelsen igen.”

Unge danskere er **flersprogede** i den forstand, at de bemestrer deres modersmål og dertil et eller flere andre sekundære sprog. Flersprogethed betyder i denne sammenhæng flere ting:

For det første at alle har dansk som hovedsprog i skolen og engelsk som første fremmedsprog²⁷³, som regel fra fjerde klassetrin. Graden af bemestring nævnes af flere og medierne nævnes som primær kilde til engelsktræning.

For det andet at unge danskere er nødt til at benytte sig af engelsk i såvel medierede oplevelser og udvekslinger som i møder generelt med 'det fremmede' hvor dansk eller et andet modersmål ikke duer. De fleste af de 12-13årige i undersøgelsen har større problemer end de fleste 15-16årige med for eksempel at kommunikere på internettet på engelsk, men samtidig, fremgår det, kan tilstrækkeligt stærk motivation om at kommunikere inspirere en indsats, som sproglærerne formentlig ville blive overraskede over.

For det tredje er der gruppen af unge med indvandrerbaggrund, der har et andet modersmål end dansk, enten fordi de er født i udlandet eller fordi deres forældre er, og fordi de taler det oprindelige modersmål i familien. I realiteten skal disse unge bemestre mindst tre sprog: modersmål som forbindelsen til deres etniske rødder, dansk som hverdags- og uddannelsessprog og som middel til integration en dansk ungdomskultur og det danske samfund, og engelsk som verdenssprog, og som adgangssprog til en stor del af den populære kultur og internetbaserede information, der udgør en væsentlig del af unge i danskeres mediebrug.

Der optræder adskillige eksempler i undersøgelsen på, at deltagerne mener, at de lærer sprog hjulpet af medierne – især engelsk gennem tv og film, computerspil og bøger. 12årige Torsten fra Tinglev, mener, at det er en fordel at se Hollywood-film på engelsk: "Det er så sådan.. måske kan man lære lidt mere af det andet sprog dér, af en udenlandsk film. Så kan man lære lidt mere af de nye, andre udtryk." Lars-Peter på 15 år (Tinglev), mener, at hans engelskkundskaber i høj grad kan tilskrives hans mediebrug: "Tja, altså det, det er ikke nogen... jeg har bare læst nogle engelske bøger ... og så selvfølgelig internettet og alle film, jeg ser aldrig tyske film, men alt det dér, det foregår på engelsk jo... det er jo klart at man bliver god til engelsk, synes jeg."

Selvom Lars-Peter bor i Tinglev, er han ikke god til tysk, fordi hans mor er tilflytter, og de ser ikke tysk tv. Men andre af deltagerne, der bor i Sønderjylland, og har adgang til tyske medier af alle slags, lærer tysk gennem medierne, især tv, radio, aviser og ungdomsmagasiner. Det gælder for eksempel Regitze på 13 år (Tinglev), som til spørgsmålet om, hvorfor hun er så god til tysk (som hun siger, at hun er), svarer: "Det er fordi, at vi har en lidt tysk familie og så ser jeg og møj tysk fjernsyn om aftenen med mor og far. Og så lærer du det hen ad vejen".

²⁷³ Elever i danske skoler skal også lære et yderligere fremmedsprog, som regel enten tysk eller fransk. Det er dog nok de færreste, der bliver så gode til disse sprog at de kan kaldes funktionelt flersprogede, altså udover dansk og engelsk samt eventuelt et andet modersmål.

Selvom unge danskere har et tilsyneladende emotionelt begrundet særligt forhold til dansk, promoveres engelsk gennemgående som nyttesprog til international kommunikation og ikke mindst som redskab til at få adgang til den store mængde underholdning, information og kommunikation i uoversat form, som unge danskere har vidtrækkende adgang til via især tv, musik og internettet. Engelske vendinger og udtryk integreres i daglig tale, og medvirker til en stadig udvikling af det danske sprog. Valg af sprog i situationen medvirker således ikke alene til opretholdelsen af national identitet, men også af hele kulturelle og sociale identiteter. Mark Warschauer formulerer det således: 'Through choices of language and dialect, people constantly make and remake who they are.' (Warschauer 2000:155).

Jeg skrev ovenfor, at unge danskere 'har et *tilsyneladende* emotionelt begrundet forhold til dansk'. Jeg valgte denne formulering, fordi det er forkert kun at betragte den store kærlighed til sit modersmål som følelsesladet nostalgi. På den ene side udtrykker de unge i undersøgelsen i emotionelle vendinger deres forhold til dansk som et kærlighedsforhold, på den anden side er det et reelt (om end kulturelt betinget) behov at have forskellige hjælpemidler til at kunne definere identitet og finde sin plads i verden i forhold til andre.

Et lidt skævt eksempel kommer fra Oskar, 16 år og fra Tinglev, som synes, at det ikke nytter noget kun at kunne engelsk 'for så kan du ikke snakke om en englænder, hvis du ikke kan lide ham, så ...'. Det særlige danske sprog giver altså mulighed for at lukke andre ude og bevare muligheden for at kunne lukke os om os selv.

Men chauvinisme er ikke så godt, hvis den eksekveres af andre end danskere:

Lars-Peter fra Tinglev (15 år) har rejst i Frankrig, og det er hans erfaring herfra og fra franske udvekslingsstuderende i hans hjem, at franskmænd helst taler fransk og ikke vil lære engelsk. Han godt kan lide franskmænd, selvom andre synes, at de er arrogante. Men han mener alligevel, at de rent faktisk har en ide om at "fransk, det kan alle snakke og det skal alle snakke. Men det ville jo være det samme som at sige at alle folk, der kommer til Danmark skal snakke dansk, det kan de jo heller ikke, så ...". Man må gå ud fra, at han med 'alle' taler om turister, for den gennemgående holdning, også Lars-Peters, er, at indvandre-re skal lære at tale dansk ved siden af deres modersmål for at kunne blive integrerede i det danske samfund.

Et sidste område omkring betydningen af sprog, der blev snakket om under interviewene vedrører forestillingen om ét fælles **verdenssprog** for alle. Et verdenssprog er et sprog, der tales i udbredt grad internationalt i stor geografisk udstrækning ud over i de lande, der har sproget som modersmål. Men udover at være udbredt blandt folk, der bruger det som fremmedsprog defineres et verdenssprog også ved at være anvendt i internationale organisationer, indenfor diplomatier og i globale medier. Selvom deltagerne i min undersøgelse i høj grad vil beskytte deres modersmål som symbol på national identitet, finder mange af dem tanken om ét verdenssprog, som alle kan kommunikere på, tiltalende. Deltagerne i

min undersøgelse er både praktisk orienterede og visionære, når de beskriver det behov for et fælles verdenssprog, som de mener, eksisterer. Behovet er ikke blot afledt af personlige behov for at kunne kommunikere på tværs af sproglige begrænsninger, men også ud fra forestillingen om, at verden vil blive et bedre sted at være, hvis alle havde lettere ved at kommunikere på lige fod. De nævner, med andre ord, at et fælles sprog vil fremme kulturel udveksling, demokratiske principper og verdensfred - Ikke så få forventninger.²⁷⁴ De fleste finder, at engelsk er et oplagt valg. Andre verdenssprog som spansk eller kinesisk opfattes ikke som alternativer. Ifølge John Tomlinson (1999) er mandarin-kinesisk, engelsk, spansk, arabisk og hindi de største hovedsprog i verden²⁷⁵. Engelsk er imidlertid stadig det, Tomlinson kalder det mest benyttede *de facto* lingua franca, det vil sige mest talte andetsprog (Tomlinson 1999:78). Malcolm Waters kalder engelsk 'The lingua franca of the global communication system' (Waters 1995:149).

Ifølge sprog- og kulturforsker Bent Preisler føler danskere generelt ikke, at dansk kultur og værdier er truede som følge af en stigende sproglig angloficering: "Flertallet af danskere betragter ikke først og fremmest brugen af engelsk som udtryk for en bestemt nations indflydelse, men derimod som udsalg af 'behovet for et verdenssprog'" (Preisler 1999:96). Preislers undersøgelse viser også, at i modsætning hertil er forskere, som fra forskellige positioner diskuterer forholdet mellem sprog og kultur, sædvanligvis opmærksomme på dominansen af engelsk og spørgsmålet relateres ofte til diskussionen om kulturimperialisme, afledt af økonomisk og politisk imperialisme. James Lull skriver for eksempel:

For people outside the United Kingdom and the United States, English represents progress and modernity but also dominance and dependence. English is colonialism, imperialism, militarism, First world, old world, modern world, postmodern world, BBC, Hollywood, McDonald's, rock and roll, Star Wars, Gulf Wars, Internet, Disney, CNN, Michael Jordan, Microsoft. The global ascent of a language signifies a global ascent of a culture, which implies a hierarchy of cultures, which if you don't speak English natively, means that your culture is not on top in global terms. The consequences are conflictual.

(Lull 2000:143)

Lulls holdning repræsenterer forestillingen om, at det at tale engelsk er lig engelsk dominans, og at det kan sidestilles med for eksempel de nævnte firmaers globale indflydelse. Den symbolske værdi af det dominerende sprog skal ikke underkendes, hvilket nogle af deltagerne i afhandlingens undersøgelse indirekte peger på gennem eksemplet med fransk fokus på det franske sprog eller andre sprogområders globale betydning. Men engelsk-

²⁷⁴ Nogle af deltagerne, især de, der i det hele taget var velformulerede og de, der var velinformerede om forskellige emner, vi kom ind på, udtrykte disse holdninger. De har muligvis hørt diskussionen før, men de argumenterede i interviewene som typisk er ved associativ opbygning af argumentationen – det vil sige, det virkede ikke som om deres holdninger var præfabrikerede. Der blev tænkt så det knagede i denne sidste del af interviewet omkring holdninger til de foregående temaer i interviewet.

²⁷⁵ Ifølge Wikipedia.org er engelsk det næststørste verdenssprog, kun overgået af mandarin kinesisk, og fulgt af spansk og hindustani (hindi og urdu), groft estimeret. Men der er relativt flere "native Spanish speaking" spansktalende, end "native English speaking". Engelsk er mere globalt udbredt og er det sprog der har flest "non-native speaking".

sproget er ikke kun lig med global dominans i undersøgelsesdeltagernes øjne, i det engelsk opfattes et redskab til global kommunikation, der kan bidrage til at overvinde nogle af de problemstillinger verden har i dag. Bjarke på 12 (Tinglev) mener, at det er vigtigt at kunne snakke sammen for at få verden til at hænge sammen: "lidt engelsk er det jo også godt at kunne, hvis man skal finde en form for at snakke, så der ikke udbryder krig og sådan noget".

Mine informanter er noget mere pragmatiske end Lull i forhold til det engelske sprogs historisk betingede dominans som globalt lingua franca, og tillægger ikke sproget så stor betydning i en global kulturel, men også politisk-økonomisk magtkamp, som Lull gør. De lader ikke til at opfatte sameksistensen af nationale sprog med et fælles verdenssprog som problematisk eller som en trussel mod kulturel diversitet og national identitet. De er gennemgående enige med Joe Lockards (2001) ide om, at man ganske simpelt skal bruge begge sprog. Jason siger for eksempel:

Altså, jeg mener at når der er behov for det, så synes jeg man burde ha et internationalt sprog som alle kunne bruge, ik', men ellers så synes jeg man skal, øh, beholde det sprog man nu har i sit land. Jeg synes ... der hører en masse, der hører noget kultur til, der hører historie og i det hele taget, ja, traditioner, ik'.

(Jason 15 år, Nørrebro)

Adam på 15 (Nørrebro) mener for eksempel, at man godt kan bruge et andet sprog end engelsk som fælles verdenssprog – for eksempel latin. Det vigtige er, at man kan kommunikere på tværs af grænser og kulturer. Ved eftertanke kommer han dog på, at det nok skulle være frivilligt at lære latin. Dette argument rammer netop det gennemgående argument for, at et verdenssprog kunne være engelsk: det er kendt af mange – i hvert fald af unge danskere og de fleste, som de kommunikerer med, og det er allerede brugt alle vegne, især i mediasammenhæng. Man kan mene, at dette argument skyldes, at deltagerne i undersøgelsen på forhånd i vid udstrækning undgår medieoplevelser på andre sprog, for eksempel franske tv-stationer, italiensk musik, russiske hjemmesider. Så deltagerne bekræfter gennemgående sig selv i argumentationen omkring det engelske sprogs betydning gennem deres egen mediebrug. Dog, refleksionen over de globale realiteter dukker alligevel op undervejs i interviewet. Adam kommer frem til, at det nok ikke skal være kinesisk, der skal være vores fælles sprog, selvom det ifølge ham tales af en femtedel i verden: Det er jo nemlig det. "Øh, det er jo fordi vi bor, altså vi er i den vestlige verden, ik', og det er meget engelsk/amerikansk, som styrer det, ik'. Altså hvis vi nu boede ved Kina ... eller Japan, det område der ... så var det måske et andet sprog, vi syntes, der var praktisk at kunne, ik'."

Kristoffer på 12 år (Kolding) mener, at man i udviklingslande lærer engelsk meget bedre end danskere gør: "For de har brug for at lære det. Hver gang der kommer nogen ned fra

Røde Kors, hvis de har problemer dernede, så har de brug for at kunne snakke med dem, ik'å."

Selvom engelsk, som det ses senere i dette afsnit, ikke betragtes som symbol for imperialism og global westernisering, ses der eksempler på erkendelsen af sprogets betydning som potentiel magtfaktor. Mounier på 16 fra Nørrebro peger for eksempel på en historisk dimension:

For eksempel ligesom Hitler, han ville tage over hele verden, jo. Så skulle man kun tale tysk. Men jeg synes hvis det var engelsk ik, så var det bedst hvis man kunne tale engelsk over hele verden, kunne snakke med alle folk over hele verden, mennesker, ik. Det synes jeg var en god ide. Efter min mening.

Mounir er selv 2g'er²⁷⁶ og taler sit modersmål hjemme og dansk med de venner, der ikke har samme baggrund og i skolen. Han har ikke et nostalgisk forhold til dansk. Det interessante ved hans sammenligning er, at han tillægger sprog ideologisk betydning. Han går ind for et verdenssprog, men mener, at engelsk vil være bedre end tysk, fordi han sætter tysk som verdenssprog lig Hitlers ønske om verdensherredømme. Engelsk er vindernes sprog (selv 55 år efter afslutningen på 2. verdenskrig) og i øvrigt skal engelsk – modsat Hitlers forestillinger om tysk som verdenssprog – tales udover de lokale sprog.

Lars-Peter på 15 år (Tinglev), som blev citeret ovenfor i afsnittet om sprogets symbolske betydning kommer også ind på temaet "verdenssprog" i forbindelse med franskmænds fastholdelse af fransk: "De mener, at fransk skal være verdenssproget, og de mener, at fransk det kan alle snakke og det skal alle snakke." Men hans synes nu, i modsætning til andre han kender, at franskmænd er søde nok: "Man skal bare ikke prøve på at snakke engelsk med dem til at begynde med, og slet ikke tysk, så gider de ikke snakke med en".

Der er gennemgående enighed om, at engelsk er det mest oplagte fælles sprog, blandt andet fordi det er det sprog, de fleste er bedst til og møder oftest. Men det betyder ikke, at andre sprog ikke også er anvendelige. Især i Tinglev er tysk almindeligt, blandt andet fordi tyske medier fylder noget mere i mediebrugen end de gør de tre andre lokaliteter – også i Kolding. Her mener skoleinspektøren at kunne spore en væsentlig mindre interesse for tysk og evne til at tale sproget gennem de seneste års medieudvikling.

Dansker og verdensborger

i forbindelse med spørgsmålet om, hvorvidt undersøgelsesdeltagerne føler sig (mest) som danskere eller som verdensborgere, er deltagerenes personlige erfaringer og baggrund centrale, og det samme er rækkevidden af interesse for verden omkring deltagerne.

16årige Sandra fra Lyngby, som kommer fra Albanien (Makedonien), vil helst bo i Danmark: "Jeg er sådan slet ikke sådan mest fra nogen steder. Jeg er sådan, også hvis der kommer nogen sådan, narh hvor er det kedeligt og sådan noget. Jeg synes da det er me-

²⁷⁶ Andengenerationsindvandrer.

get fedt og sådan. Det er stille og roligt.” Hun tænker ikke på sig selv som verdensborger men halvt som dansker (mest i skolen) og halvt som albaner (mest derhjemme). Denne dobbeltidentitet er nok at skulle forholde sig til.

Lars-Peter på 15 år (Tinglev) underbygger sin egen mening om, at han altid vil vende hjem med en erfaring fra et fjernt familiemedlem, der har bosat sig i USA, men som vender hjem hvert andet år og som ”ikke kan slippe Danmark”.

Julie på 15 år (Nørrebro) opfatter på én gang sig selv som verdensborger og som dansker – hun vil gerne bo i udlandet – om end helst i kulturer, der minder om den danske – men erkender at hun har en stærk binding til Danmark:

Hvis nu jeg mødte en eller anden jeg forelskede mig i i et andet land, så ville jeg jo nok blive boende, ik, men hvis jeg ikke gjorde, så kunne jeg godt forestille mig, at jeg ville flytte tilbage til Danmark igen, fordi ... der er jeg født og opvokset og min familie er dansk og sådan ... det ved jeg ikke (suk)!

Det er altså ikke en let diskussion, og den bliver vanskeligere jo ældre og mere opmærksomme på deres fremtidsplaner og -muligheder, deltagerne er. Der tegner sig også et uskarpt billede af en større orientering mod det danske (”jeg vil helt sikkert flytte hjem”) i de to jyske provinsbyer end i hovedstadsområdet. Men da der også er forskelle i for eksempel forældrenes uddannelsesmæssige baggrund og erfaringer med udlandsrejser mellem deltagerne fra de to hovedområder, hovedstad og provins, er det vanskeligt at konkludere entydigt omkring forskellige holdninger på baggrund af lokalitet.

15årige Ane fra Lyngby synes, at det er svært at beskrive, om hun føler sig som verdensborger, som dansker eller som lokal – men ender med en blanding: ”...øhm, bare en Lyngbyborger, altså. Jeg opfatter mig ikke som en kæmpe verdensborger. Men et eller andet sted så har man jo påvirkning fra andre lande og bruger en masse amerikanske udtryk og sådan noget, det er der jo kommet mere og mere af.” Ane er et godt eksempel på, at mange af de unge i undersøgelsen opfatter sig som ”bare lokal” men også er bevidste om, at denne lokale position til dels defineres af udtryk udefra.

Waters taler om betydningen af ”global consciousness” i et moderne samfund. Det vil sige ikke alene momentane input fra verden, for eksempel hentet ind via medierne, men en grundlæggende forståelse for global udstrækning og de forhold, der både differentierer os/kulturer og de forhold, som forbinder os på tværs af kloden (Waters 1995:42). Som vi så ovenfor i afsnittet om interesse for verden, og som det fremgår af et efterfølgende afsnit om interessen for at rejse, binder de unge undersøgelsesdeltagere sig på forskellige stadier i forhold til at besidde global bevidsthed. Det ser ud til, at global bevidsthed hænger sammen med bevidsthed om verden også i en lokal sammenhæng. Næsten alle er i stand til at reflektere over forholdet mellem lokalitet og globalitet, men graden af indsigt og erkendelse

varierer meget. Giddens reflekterer over sammenhængen mellem lokalt liv og fænomenele verdener²⁷⁷ på et generelt niveau:

The transformation of place, and the intrusion of distance into local activities, combined with the centrality of mediated experience, radically change what 'the world' actually is. This is both so on the level of the 'phenomenal world' of the individual and the general universe of social activity within which collective social life is enacted. Although everyone lives a local life, phenomenal worlds for the most parts are truly global.

(Giddens 1991: 187)

Som vi også så det eksemplificeret i kapitel 5.1 er undersøgelsesdeltagerne klar over, at de i høj grad er afhængige af medierne som informationskilder til billeder af verden. Et yderligere eksempel er Julia på 12 år fra Kolding som i en diskussion om forskellige mediers betydning i forskellige sammenhænge siger: "Jamen altså også, øh, hvad hedder det, fjernsynet er da også vigtig, fordi at så kan man se, hvad der sker rundt omkring i verden og... Det synes jeg er vigtigt." 15årige Paolo fra Lyngby har en kommentar omkring films betydning som kilder til øget refleksion og bevidsthed. Han mener, at det vil være en god ide for eksempel at se film fra forskellige steder i verden for at få et nuanceret syn på, hvordan verden ser ud og er indrettet: "Ja, men det tror jeg fordi... det der med at man siger, øh, fordi at, øh, hvis man kun ser det amerikanske og sådan noget og det danske, altså så er det også det eneste, man får indblik, kan man sige, hvordan de tænker. Det kunne man måske nok, blive lidt klogere. "

Det er dog ikke alle deltagernes overvejelser, der forbindes direkte med mediebrug, selvom dette altså er en underliggende præmis i alle de diskussioner, der finder sted i de kvalitative interviews. 16årige Rasmus fra Kolding overvejer længe sit svar på spørgsmålet om, hvorvidt han føler sig som dansker eller verdensborger, som en del af et globalt fællesskab: "Der er jeg nok lidt i tvivl, med det. Men øh, ja, verden altså. Ja, det er bare fordi at folk i verden de er jo så forskellige så. Vi er jo alle sammen en del af verden – verdens borgere, ik?"

Et eksempel på indsigt er opfattelsen af menneskeheden. Én form for følelse af global samhørighed er den ideale opfattelse af, at alle er en del af den fælles menneskehed. Det er for eksempel 15årige Elises (Tinglev) udgangspunkt for at føle sig som verdensborger. Hun mener at det, der sker i verden, kommer hende ved i tilfælde af katastrofer og krig, for så har vi tradition for at hjælpe. Hun er stolt over, at vi ikke er i krig²⁷⁸, for så "er vi ikke som dem, der vil slå og ... vi er helt, ja ...". Danmarks status som ikke-aggressiv nation betyder noget for en del af undersøgelsens deltagere – på dét område kan man (kunne man) være stolt af at være dansker.

²⁷⁷ Det vil her sige 'opfattelsen af verden'.

²⁷⁸ Interviewet blev gennemført før Danmarks deltagelse i krigen i Irak.

Disse citater udtrykker nogle meget interessante tendenser, som går igen, også i dette kapitels andre afsnit: der er tale om en dualistisk orientering mod det danske, der giver én den tryghed og genkendelighed, man har brug for at "vide hvem man er". Men samtidig udløser disse refleksioner også tanker om verden. Som vi så i kapitel 2, mener Giddens siger, at "globalisation isn't only about what is 'out there', remote and far away from the individual. It is an 'in here' phenomenon, too, influencing intimate and personal aspects of our lives" (Giddens 1999:12).

På den ene side kan den orientering mod det nationale, som de unge i undersøgelsen demonstrerer, måske ses som symbol på den opretholdelse af nationalstaten, som Giddens betragter som den væsentligste hindring for realisering af reel globalisering. Men på den anden side er de unge, som vi ser, også globalt nysgerrige og åbne, og mødet med det globale indvirker tydeligvis på forståelsen af det lokale. Det ville være interessant at kunne konkludere, i hvilken retning bevægelsen går (bliver de unge mere nationalt bevidste på baggrund af det globale udblik, eller mere globalt orienterede?), på baggrund af analyserne i dette kapitel, men det er simpelthen ikke muligt. Som det fremgår, foregår der en stadig forhandling, i gruppen og hos den enkelte, om værdier og udstrækning af kulturel identitet. Det ser ud, som om der er gang i den indre globaliseringsproces – som så til stadighed hales i land i form af national forankring og afgrænsning af genkendelig identitet.

6.2. National identitet og lokal forankring

Som vi så i afsnit 2. i afsnittet om "lokalitet", kan lokaliteten danne basis for etableringen af et lokalpatriotisk fællesskab i en eller anden grad. Lokaliteten skal både forstås som den fysiske "neighbourhood", men også som en følelsesmæssig struktur og en social egenskab (Appadurai 1996:189). Held definerer, som vi så i del 2 (s.32) lokalitet som 'flows and networks within a specific locale', og dette er i høj grad udgangspunktet for de fleste undersøgelsesdeltageres opfattelse.

Der er stor forskel på, hvor lokal-patriotiske de unge danskere i undersøgelsen er og i forhold til hvad. I Sønderjylland er der historiske begrundelser for stærke lokale tilhørsforhold, hvor de fleste, der ikke er tilflyttere, enten opfatter sig som sønderjyder, der taler sønderjysk, eller som sønderjyder med tætte bånd til Tyskland. Lars-Peter på 15 (Tinglev) siger halvt humoristisk om sin mor, at hun nærmest kan kaldes for indvandrer, fordi hun har boet i Roskilde det meste af sit liv og så flyttede til Sønderjylland. Hun taler ikke dialekten, og Lars-Peter, der heller ikke er født i Tinglev, forstår ikke tysk, sådan som hans lokalfødte kammerater, der er vokset op med tyske medier, gør.

På Nørrebro og i Lyngby er begrundelserne for tilhørsforhold mere knyttet til en nutidig opfattelse af det særlige ved at bo netop i hjertet af København eller i en velfungerende nordkyst-kommune. Kolding er eksempel på den almindelige reference til sin hjemstavn som et

særligt sted uden at de unge peger på særlige vilkår udover, at 'det er her, jeg er vokset op'. Mange siger, at skulle de rejse ud i verden, ville de nok gerne vende hjem igen – lokalt og nationalt.

Deltagerne fra Nørrebro udtrykker den stærkeste tilknytning til deres lokalitet som "neighbourhood", jf. afsnit 2.1. I modsætning til for eksempel de unge sønderjyders betoning af hjemstavnen, egnen, set i forhold til det øvrige Danmark, bor de unge på Nørrebro på én af flere "broer" i hovedstaden, omgivet af bydele og forstæder, med hver deres historiske, kulturelle særtræk, som trænger sig på, og som man jævnligt passerer igennem eller besøger. 16årige Mounir (og andre) betoner endda, at vi taler om "Indre Nørrebro", ikke bare Nørrebro. Der er nok næppe tale om "territorial krig", som Rantanen nævner, hverken i forhold til Ydre Nørrebro eller resten af København, men snarere en symbolsk afgrænsning af lokaliteten, der kan tillægges særlige kvaliteter og danne udgangspunkt for et fællesskab på tværs af andre forskelle i gruppen.

Der er adskillige eksempler i interviewene på, at jyder og københavnere har let chauvinistiske forestillinger om hinanden, ofte sat lidt på spidsen i udsagnene, men med en munter drejning. For eksempel fortæller de ældste drenge i Sønderjylland, at de har hørt, at jo tættere man kommer på København, jo vildere fester. Til gengæld har de hørt i Lyngby (fra en sønderjyde), at de holder lige så vilde fester i Sønderjylland.

En læsning på tværs af interviewene om dette tema viser gennemgående vanskeligheder ved at definere sig selv som primært verdensborger henholdsvis europæer, dansker eller lokal. Det er ikke så mærkeligt, for selv om der er eksempler på forskellige holdninger, som det ses ovenfor, er selvopfattelsen omkring global henholdsvis lokal orientering og selvforståelse relativ. Hvis en af deltagerne fra Lyngby kommer til Tinglev, er der en gensidig oplevelse af lokal forskellighed baseret på især dialekt, stil, interesser og personlig opførsel (ifølge deltagerne selv), hvis en ung dansker kommer til Sverige eller Italien, oplever man sig selv som dansker, tager man til en anden verdensdel som dansker og europæer. Men de unge kan godt have en samtidig oplevelse af at finde sig godt tilpas i det fremmede og samtidig registrere de forskelle, der er mellem forskellige landes kulturer og samfundsmæssige indretning. Et godt eksempel er Daniel på 15 fra Tinglev, der siger, at hvis man som sønderjyde tager på tur til København, så lægger man ikke skjul på, at man er sønderjyde og begynder at snakke københavnsk: "altså man er da hvad man er og det er man stolt af."

I et par interviews findes imidlertid nogle interessante udvekslinger om, hvordan man ser sig selv og relativiteten i opfattelsen. Drengene i 9. klasse i Lyngby havde disse meninger²⁷⁹:

Paolo: Jeg føler mig, jeg føler mig som europæer, kan jeg nok sige, fordi at det, det jeg føler mig mest forskellig fra, det er nok afrikanerne og, øh, og måske også jo nok, øh, også dem i Øst, men ikke lige så meget som afrikanerne, også fordi jeg føler... jeg tænker sgu nok... altså den måde, jeg tænker på, det er der nok mange, der tænker... i Europa.

Int.: Men det er sjovt, fordi der er meget amerikansk kultur²⁸⁰, men alligevel føler du at det er et meget fremmed land.

Paolo: Jae, ja, det synes, det synes jeg sgu egentlig. Jeg har aldrig været der, i USA.

Asbjørn: Altså, jeg føler mig ikke som Europæer, jeg føler mig som Skandinav, ikk', altså... jeg er jo ikke, jeg har jo ikke, jeg har ikke sådan rigtig meget til.. især noget til fælles med, øh, Tyskland og sådan noget, altså og Frankrig, det er nu ikke så meget, men mere som Skandinav, ikk'. Men altså i Malaysia dér føler man sig som den, den, øh, ligesom den beslægtning, der hedder international, ikk', sådan der er ligesom ikke... der er fandeme mange af dem, ikk', og du bader rundt sammen med dem, ikk', og sådan... det, man føler sig som et folkefærd, ikk'.

Int.: Uanset om man kommer forskellige steder fra?

Asbjørn: Ja.

Int.: Hvad med dig, Kristian?

Sune: Københavner.

Int.: Hvorfor?

Sune: Det ved jeg sgu ikke. Øh... (tøver).

Int.: Har du boet inde i København?

Sune: Nej, jeg har bare boet her i Lyngby altid. Ja, jeg synes heller ikke altid lige godt om, om... jyder og sådan noget, vel, altså det... nogle gange er jeg fordømmende overfor svenskere og lidt af hvert, ikk'. Det må være det der er nærmest i hvert fald.

Int.: Hvad er der galt med jyder?

Sune: Jamen, jeg ved ikke hvad det er.

Int.: De er anderledes?

Sune: Ja, det er jo det der er galt, ikk', altså når nogle er anderledes, så får man nogle følelser, andre følelser for dem, ikk'.

Int.: Føler du dig meget som dansker?

Sune: (tavshed). Næ.

Lasse: Det vil jeg egentlig også sige, at det gør jeg heller ikke.

Asbjørn: Altså, jeg vil føle mig som en Skandinav, der er i København, ikk'.

Lasse: Men er bare europæer, ikk', og så måske lige lidt mere nordeuropæer eller sådan noget, ikk'.

²⁷⁹ Jeg har valgt at medtage hele sekvensen, fordi det er interessant at se drengenes forskellige holdninger og hvordan de undervejs supplerer hinanden. Der finder på den måde en kollektiv refleksionsproces sted, som der i det hele taget gør under det meste af gruppeinterviewene (se del 3.2).

²⁸⁰ Her har interviewereren hørt galt, men Paolo griber ufortrødent bolden.

Paolo: Det kommer an på hvor stort man ser det, tror jeg, altså, øh, hvis man ser i forhold til verden, så vil jeg ikke sige, jeg, at jeg er fra Lyngby, så ville jeg sige at jeg er fra Europa, og.... Men hvis man ser sådan... i Europa, så vil jeg sige at jeg er fra, øh, ja, fra København. Eller da vil jeg sige jeg er fra Danmark, og hvis man siger fra Danmark, så er jeg fra København eller sådan, ikk'

Det er vanskeligt for undersøgelsesdeltagerne at sætte ord på deres følelse af lokal tilhørsforhold og deres opfattelse af sig selv defineret af tilhørsforhold i forhold til andre, selvom denne opfattelse tydeligvis eksisterer. Men det er måske ikke så mærkeligt, at de har svært ved at tale om det i andet end generelle vendinger eller med anekdoter eller emotionelle vendinger, eftersom der i høj grad ER tale om et følelsesmæssig, ubevidst fænomen. Giddens taler om at oplevelsen af sikkerhed i bred forstand:

The phrase refers to the confidence that most human beings have in the continuity of their self-identity and in the constancy of the surrounding social and material environments of action. A sense of the reliability of persons and things, so central to the notion of trust, is basic to feelings of ontological security; hence the two are psychologically closely related.

Ontological security has to do with "being" or, in the terms of phenomenology, "being in the world". But it is an emotional, rather than a cognitive, phenomenon, and it is rooted in the unconscious.

(Giddens 1991: 92)

Jeg mener, at man kan medtage omgivelser i bred forstand i grundlaget for Giddens' diskussion af forholdet mellem tillid og følelsen af sikkerhed: en følelse af genkendelse og kendskab til rammer, normer, rutiner og diskurser bidrager til den ontologiske sikkerhed og derfor betyder "hjem" både i konkret og i symbolsk forstand, herunder land, område og lokalitet, meget også for moderne unge, der i øvrigt orienterer sig globalt. Men man kan sige, at der trods behovet for trygheden ved det velkendte også er mulighed for forandring fordi "The routines followed are reflexively open to change in the light of the mobile nature of self-identity (Giddens 1991:8). Genkendelsen af 'otherness' tydeliggør også ens egen baggrund og identitet og bidrager til den stadige udvikling af selv-identitet. Måske derfor sker der også blandt undersøgelsesdeltagerne en eller anden grad af både tilvænning til 'det fremmede'.

Ligesom medier generelt er med til at forme forestillingen om det globale og om national identitet er de **lokale medier** er, især udenfor Københavnsområdet, medvirkende til fastholdelse af lokale bånd, med enkelte undtagelser. De lokale nyheder, for eksempel, eller ugeavisens omtale af lokale begivenheder med lokalkendte hovedpersoner. Drengene i gruppen fra Kolding er for eksempel helt enige om, at *Kolding Folkeblads* væsentligste funktion er at informere om lokale arrangementer som *Kulturnat* eller *Open Air* (koncert), så man kan deltage. Lokalradioerne har imidlertid ikke så stor betydning for information om

lokale forhold som tidligere undersøgelser har peget på²⁸¹. Deltagerne i dette projekts undersøgelse har kendskab til forskellige lokalradioer, men lytter kun sporadisk til dem. Det kan skyldes, at de radioer, der fandtes i Silkeborgområdet i 1996-99 var store og konkurrencerede med DR, mens ingen lokale radioer i de besøgte områder i 2000, har denne status bortset fra *the Voice*, der ikke regnes som lokalradio blandt deltagerne. Dette er en dobbelthed, der forstærkes gensidigt: manglende lokal vinkling og lav radiolytning i blandt undersøgelsesdeltagerne. Radiolytning er generelt lav ift information og nyheder, men relativt høj som musikkanal, og så er det forholdsvis ligegyldigt, hvilken station, der er tale om. Dog



Figur 38. Kicki, 9. klasse.

Dette er et af de få eksempler på tegninger, hvor et lokalt medie er repræsenteret, her Kolding Folkeblad. Især i provinsen er de lokale aviser (ofte gratis ugeaviser) og lokalradioerne vigtige informationskilder om her-og-nu-stof fra lokalområdet.

Den lokale forankring suppleres ved at vælge den danske tv-kanal TV2, der også sender de regionale tv-programmer. Jeg har ikke kunnet spore, hvad det er for et program, Kicki ser, men det er tydeligvis ikke en action-film og det ligner heller ikke et amerikansk talk-show.

Oprindelsen af musikken er ikke angivet. Som i de fleste andre tegninger i undersøgelsen (49 ud af 64, se bilag 1b.), er flere medier repræsenteret – her samtidig brug af tv, musik og lokal-avis.

Tegningerne er influeret af det, der diskuteres under interviewet og denne tegning er som de andre tegninger resultatet af overvejelser omkring temaet lokalitet/globalitet/medier. Kicki har valgt at understrege, at danske/lokale medier er vigtige. Tegningen er således både en reference til egne præferencer, og også til diskussionerne i gruppen under interviewet.

²⁸¹ I undersøgelsen *Children and Their Changing Media Environment*, fremhæves lokalradioerne i provinsen som vigtige informationskilder (Stald 1997).

kan populære værter trække unge lyttere til, men ikke i funktionen lokalmedie. Lokale medier på Nørrebro som *Nørrebroavisen* og *Gaden* betegnes for eksempel af drengene i 9. klasse som interessante i den forstand, at der kun er nyheder fra Nørrebro: "Jeg har læst en artikel, hvor der står, at der er mange trick-tyve her på det indre Nørrebro" (Mounir 16 år, Nørrebro). I dette eksempel har lokalposten en praktisk betydning, men diskussionen af lokalmedierne fylder ikke nær så meget i interviewene på Nørrebro og i Lyngby som i Tinglev og Kolding.

Regional-tv-stationerne er indbygget i TV2s programflade og opleves måske derfor ikke altid som regionalt forankret, selvom indholdet er. Identifikation af den enkelte station kan derfor være TV2 frem for Lorry eller TV-Syd.

Der nævnes også eksempler på, at ikke-lokale medier bliver interessante, hvis lokale deltager, som for eksempel i *Klassefesten*, hvor en lærer fra Kolding deltog eller *Pernille Univers*, hvor "...en af min venindes nabos søster eller sådan noget (fælles latter). Hendes nabo var også med inde altså." På spørgsmålet om, det var specielt interessant, fordi hun var fra Tinglev svarer Karen: "ja, så ... øh, så kendte man ... eller havde set hende før, så". Man ser altså programmer man ellers ikke interesserer sig for, hvis man kender nogen, der kender nogen. Mediernes store fascinationskraft indeholder selvfølgelig en del af forklaringen, men en anden del skal findes i behovet for at få bekræftet sin lokale bases betydning. De steder, hvor lokalmedierne bruges, har de betydning i form af forankring af lokal identitet; en lokal genkendelighed, der bliver til et holdepunkt, og en referenceramme for relationer til andre dele af Danmark.

EU, Danmark og national identitet

På det tidspunkt, hvor afhandlingens undersøgelse blev foretaget, var der massiv mediedækning og offentlig debat om EU på grund af afstemningerne om Danmarks fjerde forbehold, Euroen. Dette er en medvirkende årsag til, at undersøgelsesdeltagerne har været opmærksomme på denne debat og på Euroens betydning i forhold til diskussionen om danskhed og Danmarks forhold til Europa. Det er dog ikke alle deltagerne, der interesserer sig for dette spørgsmål, men når diskussionen starter, leder den som oftest videre i andre relaterede diskussioner.

Medierne spiller en væsentlig rolle i etableringen af vore forestillinger om andre lande og om, hvad et europæisk fællesskab er/vil være eller ikke er/ikke kan være. Modsatrettede signaler fra politikere og medier får mange unge til at vælge ud fra 'man ved, hvad man har'.

Ifølge Morley og Robins har en af de centrale dagsordner for det europæiske fællesskab i høj grad været at etablere et kulturbaseret fællesskab, der kan samle Europa og styrke magtpositionen i forhold til USA og andre verdensdele, ikke alene kulturelt, men i høj grad også politisk og økonomisk (Morley og Robins 1995:70-84). Der er imidlertid en vis diskrepans her i forhold til undersøgelsesdeltagernes refleksioner.

De fleste unge i undersøgelsen prøver at argumentere fornuftsmæssigt i forhold til EU på baggrund af de informationer og holdninger, de har fra diverse kilder, men argumenterne er meget ofte emotionelt funderede. For eksempel er nationale symboler yderst vigtige, når vi sammenligner os med andre – især i EU. Eksempler er kronen, mad, kongehuset, landsholdet (evt. film og musikgrupper). Nogle deltagere siger, at de bliver stolte, når kvindelandsholdet klarer sig godt, eller vi får guld til OL.

Johs på 13 år (Tinglev) mener, at vi skal beholde kronen "Fordi at den har vi da haft længe og ... nu kan vi bedst finde ud af den." Samme holdning har Jason på 15 (Nørrebro): "For eksempel det med at få en fælles mønt, det synes jeg ikke er godt, for man ønsker en hel del kultur og så sådan noget tradition, ik'. Hvor den der ØMU den synes jeg kun den skulle... altså det er jo kun for... det er jo til fordel for de handlende og sådan noget, ik'."

Lars-Peter på 15 (Tinglev), derimod, er ligeglad med kronen: "... det generer mig ikke, fordi at det er jo ikke andet end det der følelsesnoget, men jeg synes ikke vi skal afskaffe det danske sprog for det er alligevel noget andet end kronen er." 15årige Marie fra Nørrebro sætter lighedstegn mellem krone og kongehus. På spørgsmålet om, hvorvidt vi skal bevare kronen eller ej, siger hun: "jeg er fuldstændig ligeglad. Jeg har ingen holdning til kongehuset overhovedet." Denne holdning deles ikke af Karina på 15 (Lyngby), der mener, at "det er sådan lidt hyggeligt at bo i et land, hvor man har monarki. Der er sådan lidt mere stil over at have en konge og en dronning, altså." Det samme mener Kristoffer på 12 fra Kolding. Han er bange for, at det særligt danske vil forsvinde, hvis symbolerne på danskhed forsvinder: "Så bliver kulturen lige pludselig også det samme. Hvis det hele bliver ét stort fælles land, hvis man kan sige det på den måde, med fælles mønt og det hele, så tror jeg at kulturerne bliver de samme og så er man ikke så stolt over at komme fra Danmark, hvor vi har en dronning."

Asbjørn på 15 (Lyngby) siger i diskussionen om kronen som nationalt symbol: "Nu ved jeg godt, at dronningen er på, ikk', men altså hvad har hun nogensinde gjort for mig, ikk' altså?" 15årige Monika, som går i klasse med Marie på Nørrebro siger, at Euroen jo skal have et billede af dronningen på den ene side, så noget bevarer man da. Søren på 13 fra Kolding har et ret pragmatisk forhold til bevarelsen af kronen. Han samler på mønter og det bliver jo lidt kedeligt, hvis man har fælles mønter i hele Europa. Denne diskussion fører over i en diskussion i gruppen om EU-landenes forskellige regler på visse områder. Joachim mener, at der ikke er regler mod dyrplageri i Frankrig, og at det vil være dårligt, hvis vi fik alle mulige EU-regler, der er ringere end danske regler.

Dannebrog er et andet nationalt symbol, som nævnes af deltagerne i Tinglev, som historisk set har stort fokus på nationalt tilhørsforhold og dermed nationale symboler. Daniel på 15 (Tinglev) mener for eksempel, at "*Dannebrog* det er det eneste flag i verden, der har et navn, altså det har også en historie hvor det kom fra og baggrund og dét". Hertil Lars-Peter fra gruppen protesterer og siger, at der også er andre flag med navn, som *Stars and*

Stripes. Følgelig trækker Daniel trækker i land og siger, at *Dannebrog* var det *første* flag med et navn. Daniels pointe er, at USA er fascinerende og tiltrækkende, men vi har noget særligt i vores *gamle* kultur og historie... Daniels genfortælling af *Dannebrogs* historie er interessant, fordi den får en dobbeltbetydning for et lille land, der overlever i krise: "Ok, det er ikke noget, man tænker på hver dag, men hvis man bliver spurgt, så ved man da at det faldt ned i en eller anden kamp, hvor Danmark var ved at tabe, og så, da de begyndte at holde et flag op, da vandt de". Flaget bliver symbol på styrke.

Asger og Kristoffer på 12 fra Kolding synes også om Dannebrog som nationalt symbol, men de er bekymrede over, at det også kan misbruges:

Asger: Jeg synes også det er irriterende at man ligesom gør det danske flag til noget racistisk. Hvis nu nogen ser et Dannebrogflag, så synes de det ser racistisk ud, måske.

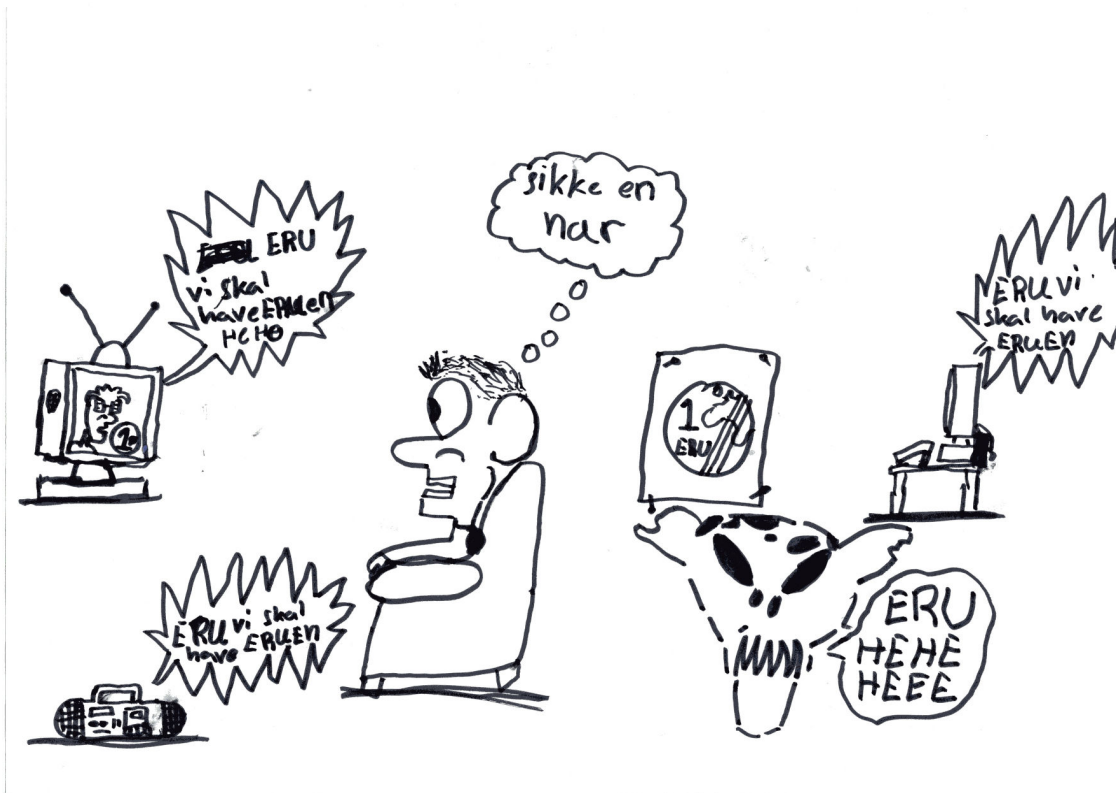
Kristoffer: Fordi de ... vi har et problem alle danskere ... hele verden kan gøre det der med, at hvis der er én, der er dum, så er alle dumme. Så når vi har én politiker, og han er jo én af de høje ikke, så må han jo være lidt overmanden i Danmark, ikke. Så han må jo vide, hvad han snakker om, og nu er hele Danmark racistisk, siger han".

De to drenge er altså bange for vores anseelse i verden og vil ikke have, at alle kaldes racister, fordi nogle er det og bruger det danske flag i deres kampagner.

De undersøgelsesdeltagere, der tydeligvis er for EU (kort sagt), er det med den overbevisning, at danskheden kan bevares. Danskhed ikke dybt defineret, men frikadeller, sprog, flag, og kongehus er gennemgående eksempler på danskhedens symboler. Men dybere end bare symbolværdien ligger demokrati, ytringsfrihed, fred, bistand til folk i andre lande.

Asger på 12 (Kolding) mener, at det er vigtigt at blive ved med at være dansker: "For at man har stolthed. Det skal man have, ellers bliver man fuldstændig ødelagt. ... Alle er jo stolt over af hvad for et land, de kommer fra. De synes jo alle sammen, at det land, det er bedst og sådan noget." Asger demonstrerer her en erkendelse af, at kulturel identitet ikke er enestående for danskere, anerkendelse af andres tilsvarende stolthed, som kan være en vigtig åbning mod en overskridelse af de grænser i retning af globalisering, som Hjarvard taler om (Hjarvard 2003).

Men er der tale om, at det, de unge i undersøgelsen siger, er udtryk for nationalisme? Og hvad er nationalisme? Billig refererer i sin bog *Banal Nationalism* fra 1995 en række traditionelle teorier om oprindelsen og betydningen af nationalistiske teorier, men konkluderer, kort sagt, at nationalisme ikke altid er "de andres" radikale og meget synligt demonstrative erklæringer om national integritet og superioritet, men at nationalisme også, bla i fraværet af en åben politisk udfordring, "might appear banal, routine, almost invisible" (Billig 1995:15). Det er Billigs pointe, at det i realiteten er denne banale nationalisme, der udgør grundlaget for fastholdelsen af nationalstater og som cementerer individets forestilling om



Figur 39. Asger, 6. klasse.

Asger har, modsat Kristoffer, figur 27, tilsyneladende mest haft oplevelsen af, at medierne kører en temmelig ensidig kampagne til fordel for indførelsen af Euro'en. Budskabet fra både tv, radio, Internet og plakaten er klart "ERU, vi skal have ERU". Det er morsomt, at stavemåden af navnet ikke helt har fænget, mens forslaget til den nye mønts udseende huskes (jævnfør plakaten). Asgers egen holdning er klar, også i interviewet: han synes bedst om kronen, og han ser ingen fornuftige begrundelser for at indføre en fælles europæisk valuta. Faktisk betragter han Euro'en som en trussel (jævnfør monsterhovedet) mod danske traditioner og værdier. Tegningen er blandt andet interessant, fordi Asger demonstrerer, at han har en holdning til en politisk problemstilling, og at medierne spiller en væsentlig rolle i forhold til de holdninger, vi danner.

det nationale og et nationalt tilhørsforhold. I den forstand er nationalisme ikke længere "de andre", de rabiater, men majoriteten. En væsentlig faktor, som Billig peger på, er distinktionen mellem "hot" og "banal" nationalisme. Her refererer Billig blandt andet til Giddens' diskussion af "hot" nationalisme som primært et psykologisk fænomen. (Billig 1995:44). Det kan man nok hævde, at "banal" nationalisme også er, i hvert fald i forhold til emotionelt betingede udsagn om, hvad danskhed er og hvad man forbinder med det. Den psykologiske faktor spiller også ind i forhold til denne afprøvning af værdier i forhold til både den kollektive og personlige identitetsskabelse.

Et gennemgående argument for at bevare det danske, (sådan som deltagerne definerer dette) i forhold til Europa, er, at vi skal bevare mangfoldigheden og variationen. Jason på 15 fra Nørrebro har fundet frem til en vægtig sammenligning:

... ligesom genmanipulation eller hvad man skal sige. Det er jo ikke sjovt hvis alle går rundt og ligner hinanden vel. Der skal være noget forskelligt. Ellers behøvede man jo heller ikke at tage ud og rejse vel, så ville det bare alt sammen være Danmark eller England eller hvad ved jeg, ik'. Så ville der jo heller ikke være noget forskel.

Jasons parallelisering mellem nødvendigheden af såvel naturens som kulturens mangfoldighed er et af flere interessante eksempler på forsøg på at argumentere for kulturel diversitet. Det er spørgsmålet om holdningen rent faktisk er, at diversitet er betingelsen for menneskehedens overlevelse, såvel fysisk som kulturelt.

Det er ret tydeligt, at de eksempler på undersøgelsesdeltagernes erfaringer og holdninger, der kommer til udtryk i dette kapitel repræsenterer forestillingen om, at nationen i senmoderniteten har skiftet fra tidligere tiders samlingspunkt for almenhed til at være nation for forskelligheder, der kan mødes ved nogle fælles symboler

Forestillinger om 'de andre'²⁸² i Danmark

Alle deltagerne i undersøgelsen, ikke mindst de, der selv har en anden baggrund end dansk, har en mening om indvandrere i DK. De fleste mener, at deres holdninger i høj grad er påvirket af, hvad de hører, ser og læser i medierne. Der er stor åbenhed omkring diskussionerne, som afspejler, at emnerne ofte er oppe at vende i diverse sammenhænge.

I en diskussion om Vollsmose, som en deltager nævner som indvandrerområde, siger Torsten på 12 (Tinglev), at "i Vollsmose laver indvandrerne hele tiden ballade", hvortil Bjarke siger: "Ja, det vil medierne i hvert fald have os til at tro, at det hele tiden er dem. Det er ikke altid dem der laver det." Denne refleksion over medierne rolle i holdningsdannelsen mødes også hos Mounir på 16 (Nørrebro), som selv har pakistansk baggrund:

Mounir: Jeg synes altså... der er også for meget propaganda med den der indvandrerdebat. Altså hvis der sker noget så er aviserne bare helt fyldte, aviserne, nyhederne: en indvandrer har slået en pige ihjel. Men hvis det er en dansker, som slår en, øh, hvad er det nu det hedder, de siger ikke det er en dansker. De siger bare der er en, der har slået en... hvis det er en indvandrer, ik', så står der bare: "andengenerationsindvandrer har slået en gammel dame ned". Hvis det er en dansker: "mand har slået en gammel dame ned". Det synes jeg, det er for dårligt.

Int.: Hvordan har du det så? Bliver du sur, vred, ked af det?

Mounir: Ja, jeg bliver sur, fordi at de... at familien Danmark, som ser Nyhederne, læser aviser, de tror at det er kun indvandrere jo.

En af de andre drenge: Ikke alle!

²⁸² Begrebet "indvandrer" er bredt og populært, sådan som det bruges af deltagerne i undersøgelsen for alle med en anden kulturel baggrund, som er kommet til Danmark. Indimellem refereres til "flygtninge", især når "indvandreres" handlinger og holdninger skal forklares. Morley and Robins forklarer vores historiske relationer til "the Other" i lyset af den indvandring, der er sket gennem historien: Mass immigration, displaced persons, refugees, exiles are a testament to the global-local nexus" (Morley and Robins 1995:83)

Mounir: Jo. De fleste af dem kan jo se det. Hvis de siger andengenerationsindvandrere har lavet det, andengenerationsindvandrere har lavet det, det, det. Det står i tekst-tv, nyhederne, aviser. For eksempel på Ekstra Bladet står der så for 2 dage siden at indvandrere kalder danske piger for ludere. Så tror de danske piger at det er rigtigt jo, når de læser den avis jo. Det er det problemet er her. Det er ikke alle sammen, der kalder danske piger for ludere. Det er måske kun én. Som jeg sagde før, det går ud over alle de andre.

Mounirs påstand underbygges i nogle af de andre interviews. For eksempel siger 13årige Søren fra Kolding, at det er ret tydeligt, at indvandrere er mere kriminelle end danskere: "når man ser *Efterlyst*²⁸³ og sådan noget, så er det tit at dem, der begår bankrøveri, de er mørke i huden og sådan noget." Uanset den faktiske fordeling af kriminelle med dansk henholdsvis indvandrerbaggrund blandt i et tv-program som *Efterlyst*, så har Søren gennem programmet fået et bestemt indtryk.

Drengene fra sjette klasse i Kolding mener, at tv-avisen oftest viser "sådan nogle gamle nogen, der bor måske, jamen i Skovparken eller sådan noget. Og så siger de altid 'Vi tør ikke gå uden for døren'. Selvom de [indvandrerne, GS] ikke har gjort en skid, så tør de ikke, altså." og senere: "så tror de altså selvom det er en 2årig dreng, ik' å, så har han altså kniv på sig. Det skal han bare have, fordi han er udlænding."

Principielt mener alle, at der skal være plads til flygtninge og andre indvandrere – men ikke bekvemmelighedsflygtninge, kriminelle, store familier osv.. Dog synes Joachim på 13 år (Kolding), at der helst ikke må komme flere indvandrere end danskere. Dette er afledt af, at han har hørt noget i radioen om en skole i hans by, Kolding, der har flere indvandrere end danskere, og så er der færre danskere, der sender deres børn derhen og så videre. Hans forklaring på de danske forældres valg er, at indvandrere måske er lidt mere voldelige, fordi de er opdraget anderledes. Han baserer sidstnævnte på egne erfaringer: han kender mange "flinke" indvandrere men er også "ikke specielt gode venner" med andre, som tit kommer op at slås.

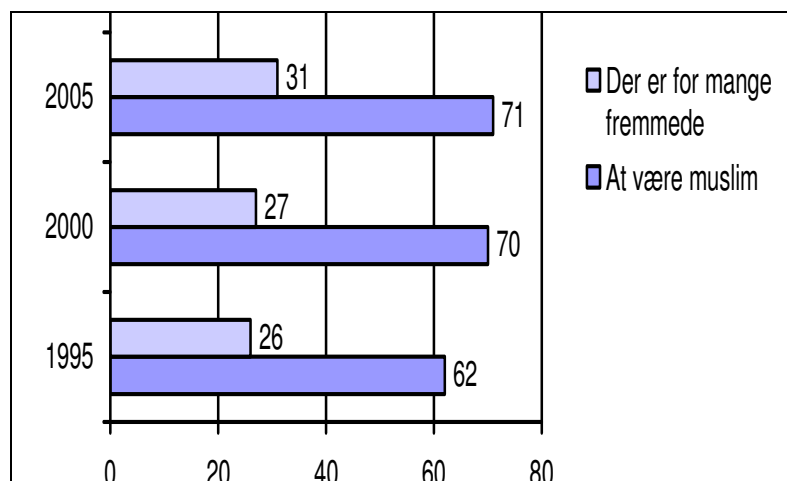
I forhold til spørgsmålet om **integration og danskeres holdninger** viser CURs undersøgelse fra 2004 (Skårhøj og Østergaard 2005) om unge danskeres livsholdninger, at der i 2000 er flere end i 1995, der mener, at det er i orden at være muslim²⁸⁴ – en udvikling, der fortsætter i 2005. Samtidig er der også stadig flere, der finder det i orden at mene, at der er for mange fremmede i Danmark (hvilket ikke er det samme som selv at mene det). Det vil sige, at der sker en stigning i begge holdninger, om end i lille omfang. Denne parallelle holdning er et udmærket eksempel på den generelle splittelse, som mange af undersøgelsesdeltagerne udtrykker. På den ene side er de principielt velvillige og har et menneskeligt

²⁸³ TV2s kriminalmagasin, der blandt andet hjælper i politiets opklaringsarbejde af kriminalitet gennem at bringe efterlysninger.

²⁸⁴ Begrebet "indvandrer" kan naturligvis ikke sidestilles med det at være muslim, som det fremgik af note 382. Resultatet af den undersøgelse, der nævnes, kan imidlertid sige noget om åbenhed over for andre i den lokale kontekst.

overskud og især er de positive, når de har personligt kendskab til indvandrere og andre kulturer. På den anden side udtrykker mange af deltagerne også usikkerhed og truslen mod "det danske", som de forsøger at sætte ord på.

Tallene ser således ud for de tre undersøgelser:



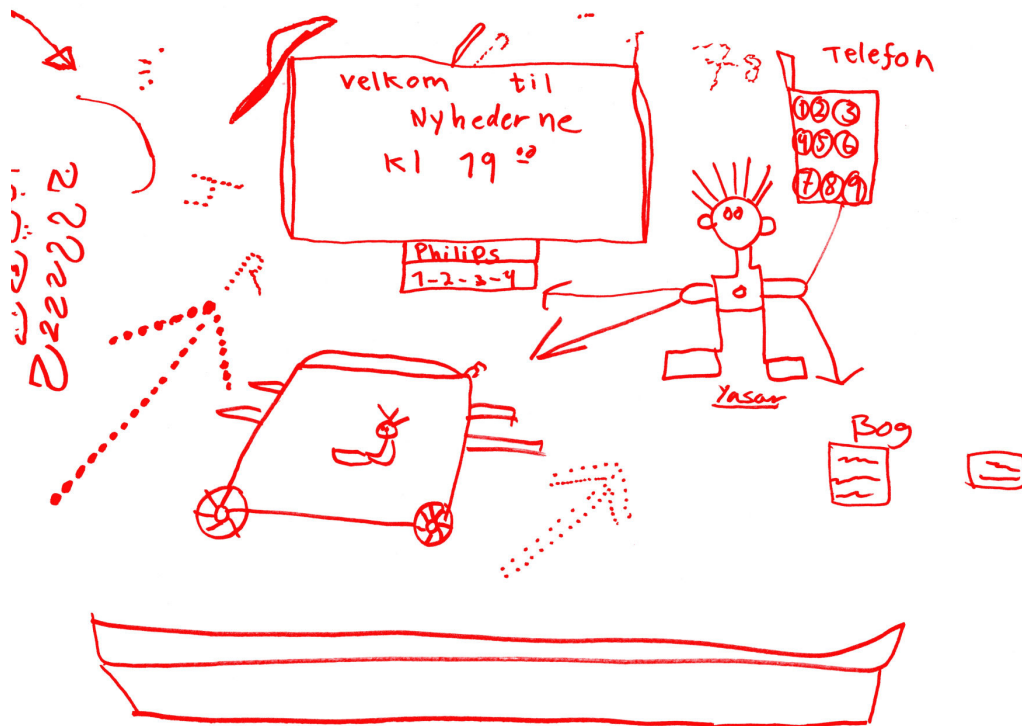
Figur 40. Fra Skårhøj og Østergaard (red.) 2005: Generation Happy?

Mange argumenter om økonomi, sociale problemer og kriminalitet i danske ghettoer fremføres, og integration er et hyppigt anvendt udtryk. Holdningerne divergerer, men alle mødes omkring integration og bevarelse af det, de kender som Danmark og dansk kultur. Trykningen og det velkendte føles truet. Samtidig ændres og påvirkes holdningerne af positive erfaringer med klassekammerater, naboer osv.. Nogle steder, ex. Tinglev, er problemstillingerne stadig teoretiske og medieerfærede. Andre steder, som Nørrebro, opfatter de bedre-stillede danske unge det nærmest som eksotisk og lidt vildt at bo midt i dette multikulturelle felt. I denne kontekst kommer kulturel diversitet til at handle om livsstil.

Kristoffer på 12 (Kolding) synes nok, at der kommer mange flinke indvandrere til Danmark, men han er også sikker på, at deres særlige baggrund betyder noget for, hvordan de, groft generaliseret, opfører sig: "De [der tales om Bosnien som eksempel] kommer altså fra en meget hård kultur. De er blevet nødt til at løbe fra deres hjem, mens det brændte, ikke, og måske mistet nogen fra deres familie. Det er nok ikke så rart at komme herved [til Danmark, GS] med den følelse. Så jeg tror det er nok en grund til at de er meget voldelige." Kristoffer har ikke selv direkte kendskab til flygtninge fra Bosnien, men "har hørt" om dem, blandt andet gennem nyhedsreportager i medierne.

De konkrete historier, som de danske undersøgelsesdeltagere fortæller om indvandrere, og dem som undersøgelsesdeltagere med indvandrerbaggrund fortæller om danskere, er typisk selvoplevede eller tæt på – såvel de positive som negative erfaringer. 15årige Jason

fra Nørrebro siger for eksempel, at hvis nu det var en sød gammel hr. Jensen, der havde grønthandlen, så ville de gamle kunder gå ned og snakke med ham. Men det tør de ikke nu: "for nu er det nogle indvandrere, ik', og altså, man kender ikke noget til dem og så synes folk, at så er de lavere stillet, ik'. Fordi vi måske ikke forstår dem."



Figur 41. Mounir, 9. klasse

Mounir har en travl hverdag, fordi han udover at gå i skole også arbejder i familiens forretning. Han har ikke selv fjernsyn men ser det med familien. Han bruger især computer og internet, men har ikke så meget tid til mediebrug. Dog har han den uundværlige telefon ved hånden. Han har et stort netværk af venner og familie, som han i dagligdagen holder opdateret via telefonen. Under interviewet markerer Mounir sig som en person (lidt ældre end gennemsnittet i klassen), der gerne står frem med sine meninger om, hvordan tingene hænger sammen, også i forbindelse med mediebrug. For eksempel synes han, at det er vigtigt at læse bøger (også med i tegningen) og at følge med i nyhederne. Telefonen bliver også brugt til at holde forbindelsen til familien i Pakistan, hvorfra Mounirs forældre kommer. Mounir er meget bevidst om sin status som anden generationsindvandrer i Danmark, og reflekterer over, hvordan de to kulturer trækker i hver sin retning. Han forholder sig kritisk til mediernes stereotype fremstilling af indvandrere og mener, at det gør integration vanskeligere, fordi danskere i høj grad tror på fremstillingerne.

Tegningen af Mounirs travle hverdag er et statement, der ligger i forlængelse af det, han siger i interviewet: han har travlt med både skole og arbejde og andre forpligtigelser og vil gerne fremstå mere moden og ansvarlig end sine jævnaldrende – måske som reaktion mod det billede, han mener, andre automatisk har af ham.

Skismaet mellem på den ene side at være bekymret ved udsigten til for mange indvandre- re, der skulle overtage og ændre Danmark, og på den anden side at ville insistere på at være rimelige i diskussionen er tydelig. Drengene i 6. klasse i Kolding diskuterer, at dan- skere har lidt for let ved at skære alle indvandrere over én kam: hvis én er dum og voldelige så er alle dumme og voldelige. Søren siger: ”man skal lige passe på at man ikke dømmes dem på forhånd altså.” Kristoffer mener, at vi kan lære noget af indvandrernes anderledes kultur, men han har svært ved at sætte ord på. Set fra en af de unge indvandreres syns- punkt handler det imidlertid især om accept og tolerance og om muligheden for at lade in- tegrationen eller måske snarere assimilationen foregå stille og roligt. Mounir fra 9. klasse på Nørrebro mener nemlig, at der sker en gradvis assimilation. Han mener at det for ek- sempel kan være vanskeligt at opretholde en pakistansk baggrund gennem generationer, og at hans efterkommere i tredje eller fjerde generation bliver danske. Han siger, at han overholder dansk lovgivning – men ikke religion. At der sker en gradvis tilnærmelse mellem forskellige kulturer, fremgår af hans svar på et spørgsmål om, hvorvidt det er svært at ved- ligeholde de traditioner, han har med sig: ”jeg tror mere det er mine egne traditioner”. Det vil sige, at han er bevidst om, at han finder et ståsted mellem to kulturer. Adam på 15 fra Nørrebro mener, at der er faktisk også er tale om gensidig racisme:

Jeg synes nu der er forskellig racisme, kik'. Altså... der er selvfølgelig Jyden som ik- ke kan lide andre hudfarver, kik', men der er i høj grad også, øh, mørke som er raci- stiske mod hvide. Altså hvis du går på gaden og der så er en, der råber ”danske- svin”, ik'. Så ser de - altså dem, der råber det – som en stor forbrydelse, hvis man så råber ”marokkanersvin”. Altså, der er en del dobbeltmoral, øh, og man snakker altid om integration og at vi danskere skal hjælpe til med at integrere dem, og det skal vi selvfølgelig også, det er.. Men jeg tror der er nogen, som ikke lader sig integrere.

Dette udløser en længere diskussion i gruppen om, hvordan man bliver henholdsvis inte- greret og er i stand til at fastholde sin egen kultur og religion.

Som nævnt fremhæves nødvendigheden af gensidig tolerance. For eksempel siger Asbjørn på 15 fra Lyngby, at han ikke rigtig ved, om han stadigvæk er stolt af at være dansker, og at man må give lidt plads: ”Det er bare sådan, at de tager de latterligste ting op til debat altså. Så giv dem da for helvede sådan et tørklæde med et stort M på, så de kan arbejde på McDonalds²⁸⁵, altså. Hvor svært kan det være? Det har jeg fundet ud af for mange år siden, mand.”

Der er stor enighed på tværs af grupperne om, at det har stor betydning, om man har et personligt kendskab til hinanden, altså for unge med dansk baggrund, at de kender nogle med indvandrerbaggrund og omvendt. Det sætter tingene i perspektiv og får én til at foku- sere på det menneskelige indhold. Pigerne i 6. klasse på Nørrebro forsøger at argumentere rundt om rimeligheden af at regulere opførsel, som kan føres tilbage til religion/kultur:

²⁸⁵ Denne debat kørte specielt intensivt i medierne i den periode, hvor interviewene blev gennemført.

Anna: Det er jo det samme altså. Sukran, hun er den ene religion, jeg er den anden religion. Altså vi er jo begge to gode veninder, ikk', altså... Jeg synes det er spild af tid og rende rundt at diskutere det. Om de må have tørklæde på i SuperBrugsen, hvis de skal have arbejde og sådan noget, altså Herregud! (der lees og mumles i baggrunden).

Michelle: Jeg synes ikke det er rimeligt, at de skal gå og kritisere de der tørklæder, for vi har da også kasketter på og huer på om vinteren, ikk'. Der er da ikke rigtig stor forskel, vil jeg mene.

Louise: De kunne ligeså godt kritisere altså, at vi, øh, at vi propper gaver under træet juleaften, for det er jo... jul, altså at vi holder juleaften, det er jo en kristen ting, altså. (der lees i baggrunden). Det er ligeså religion... religiøst som at gå med tørklæde kan man næsten sige, ikk'. Altså...

Tolerancen går begge veje, og Sukran er helt på linje:

Int.: Hvad mener du om det, Sukran? Hvis dine tre veninder her for eksempel var flygtninge og flyttede til et andet land, for eksempel SaudiArabien – skulle de så tage tørklæde på?

Sukran: Jeg synes ikke... altså hvis de ikke vil, så behøver de ikke. Mig og min far vi diskuterede, om jeg skal have tørklæde på eller ej, så sagde jeg at hvis jeg skal være advokat, så kan jeg jo ikke, ikke også, så sagde han "det har du ret i, men du behøver ikke".

Deltagerne i de fire grupper på Nørrebro er tættere på spørgsmål om indvandring, kulturforskelle, integration og mediernes betydning, end deltagerne på de tre øvrige lokaliteter er, selvom problemstillingen optager deltagerne alle steder. De fleste af undersøgelsens deltagere med anden etnisk baggrund end dansk bor på Nørrebro, og alle deltagerne møder i det daglige langt flere forskellige kulturer, end deltagerne på de tre andre lokaliteter gør.

Betydningen af sprog

I forholdet mellem det nationale og det lokale har sprog dels betydning i form af dialekter, dels i form af "koder", som snarere knytter sig til kulturelle og sociale fællesskaber end til lokalitet.

Dialekter bliver svagere samtidig med, at lokalitet stadig sagtens kan spores via sproget. Men deltagerne i undersøgelsen mener, at dialekt er et interessant fænomen, sådan som Joachim på 13 (Kolding) blandt andre siger det: "Jeg tror det er vigtigt og bevare det danske sprog fordi det lyder så sjovt når en nordjyde eller sønderjyde eller københavnner snakker". Dansk er, som vi har set ovenfor, et væsentligt middel til genkendelse af eget tilhørsforhold og afgrænsning i forhold til andre kulturer. Dialekterne har en tilsvarende funktion, men i en lokal kontekst, hvor man definerer sin lokale tilknytning. Der eksisterer en vis form for lokal chauvinisme, som det blandet andet ses i dette citat fra interviewet med drengene fra 6. Klasse i Kolding:

Int.: Er der forskel på jyder og københavnere?

Asger: Ja, sproget og så, øh. Københavnerne taler mærkeligt (latter)

Søren: *Det er også sproget altså. Men øh, københavnere synes jo at vi taler mærkeligt, ik'å? Men det ...øh, der er ikke så meget forskel altså, det er mest sproget.*

Man kan måske ikke "se" forskel – og der ER måske ikke så meget forskel. Men med sproget kan man skelne.

Selvom der er generel enighed blandt deltagerne om, at medierne har betydning for sprogbrugen og for, at vi lyder mere og mere ens, så mener for eksempel Joachim på 13 år (Kolding) ikke, at dialekterne vil forsvinde helt. Som det fremgik af Warschauer-citatet ovenfor, er dialekter udover selve sproget væsentlige elementer i skabelsen af identitet og selvforståelse. Dialekter indgår i en stadig proces, hvor man prøver sig selv af i forhold til omverdenen, ikke mindst, når man som ung til stadighed møder andre dialekter, der signalerer andre tilhørsforhold og fællesskaber. De unge i afhandlingens undersøgelse, der talte med en udpræget dialekt (Tinglev: sønderjysk; Kolding: østjysk; Nørrebro: københavnsk/nørrebrosk) kunne skrue op og ned for dialekten i forhold til det rigsdanske. Her taler vi ikke om rigsdansk, som *Dansk Sprognævn* forstår det, men som et fælles forståeligt dansk, der ikke indeholder egnsspecifikke udtryk, ord og udtaler. For eksempel mener de, der taler udpræget sønderjysk, at de taler rigsdansk, når de undlader det sønderjyske. For en københavnere lyder det som den form for jysk, der tales i Kolding. De jyske deltagere i undersøgelsen hører på den anden side forskellige dialekter talt i hovedstadsområdet som københavnsk. Alt i alt bedømmes man og bedømmer andre på dialekten – for eksempel er de stereotyper, som jyder og sjællændere i undersøgelsen peger på hos hinanden (københavnere er lidt for smarte og hurtige; jyder er lidt for langsomme og utjekkede) til dels befordret af opfattelsen af dialekt

Koder og kodeskift er en anden vej til identificering af forskellige grupper i ungdomskulturerne. Der er ikke nogle af deltagerne, der taler om, at de bevidst arbejder med deres sprog, eller tilstræber at ændre det eller tilpasse det et bestemt billede, de gerne vil have at andre får af dem. Men de unge deltageres sprog handler om mere end modersmål, engelsk eller dialekt. Sproget er dynamisk og udvikles i de kontekster, man befinder sig i. Men da man i nogen grad vælger bestemte kontekster, er der en sammenhæng mellem sproglige koder og selvscenesættelse. Et eksempel er bestemte former for ungdomsdiskurser, sproglige koder og subkulturelle koder. Ungdomsdiskurser kan være de (indforståede) måder, hvorpå man taler om de fænomener, der har betydning blandt unge, en form af afgrænsning af et kulturelt rum, et metafællesskab. De sproglige koder er blandt de udtryk, der til stadighed opfindes og udvikles (og afvikles) i sms.- og chatsprog (Laursen 2005). Integration af engelske eller andre udtryk i dagligsproget er en anden og evigt løbende proces. Endelig er de subkulturelle koder, som man måske også kan kalde interessegruppekoder, en kobling af flere ting i form af udtryk, stil og udtale, der signalerer tilhørsforhold. Et eksempel herpå er hiphopkulturer, der i sin udfoldede form og gennem for eksem-

pel musik, musikvideoer/MTV og film, krydser grænser og bliver et universalt kodesprog på nogle måder. De unge skifter som de fleste andre mellem forskellige 'sprog' og kodesæt og kan skrue op og ned for dem. Lull understreger betydningen af at kunne bemestre flere sprog i det moderne samfund, eftersom flersprogede har visse fordele: "Indeed. Linguistic code-switching has become a common characteristic and desirable skill of life in postmodernity" (Lull 2000:143).

I undersøgelsen er jeg imidlertid kun i begrænset omfang stødt på de mest tydelige former for sproglige koder og sub-stilarter, såsom bevidst brug af sønderjysk i enkelte sætninger, eller indvandrerdrengenes bevidste, momentane brug af det lingo, som for eksempel tales i nogle grupper af indvandrere på Nørrebro. De fleste holder sig dog tydeligvis under interviewene relativt tæt på 'skoledansk', der fungerer generelt til kommunikation. Et fænomen, der dog til stadighed viser sig under interviewene, er brugen af engelske gloser og vendinger. Preisler kalder subkulturer for det engelske sprogs trojanske hest, det vil sige, at engelske gloser og udtryk "smugles" ind i dagligsproget. Han mener, at subkulturer i højere grad end den brede befolkning, der primært ser engelsksprogede film og tv, har betydning for at for eksempel engelske udtryk integreres i sproget (se også Hjarvard 2004). Det sker, ifølge Preisler, fordi bestemte subkulturer identificerer sig i højere grad end gennemsnittet med de kulturer, som de importerer sproget fra – og her kan man tilføje, at der udover engelsk også er tale om internationale, subkulturelle koder. Preisler siger: "Ud over at være en 'simpel' meddelelseskode er ethvert naturligt sprog nemlig et symbol på en bestemt kultur og de værdier man forbinder hermed, og kun hvis man bevidst eller ubevidst ønsker at identificere sig med den fremmede kultur, vil man signalere dette ved at lade sin egen sprogbrug påvirke af det fremmede sprog." (Preisler 1999:112). Preislers argumenter om subkulturers rolle som sproglige trojanske heste er interessant. Dog kan man tilføje, at almindelig populærkultur ligeledes har en central – og vel ikke særlig skjult – rolle i forhold til popularisering og adaptation af engelske udtryk i ungdomskulturer generelt.

6.3 Medierne, fremtiden og tilliden til udviklingen

Som vi så i kapitel 5 (s.160), mener Jostein Gripsrud (inspireret af John Ellis), at medierne på én gang giver indblik i en farlig, truende og usikker verden og leverer redskaberne til at få overblik, distance og perspektiv som en art terapi mod forvirring og usikkerhed. Medierne er med andre ord centrale i opbygningen af en refleksionsproces. Den måde, hvorpå man får informationerne ind (som det fremgår af kapitel 5) som et kalejdoskopisk og næsten kakofonisk allestedsnærværende lag af informationer om globale og lokale begivenheder, problemstillinger, holdninger og handlinger, gennem et utal af forskellige, ofte simultant åbne, kanaler, gør det ikke let at skabe sammenhæng og overblik. Det gælder formentlig for en stor del af den voksne befolkning også, men de unge undersøgelsesdeltagere er i særlig grad på et tidspunkt i deres tilværelse, hvor det er svært gennemgående at skabe

sammenhæng i deres verdensbillede, dels fordi det kræver erfaring, tid og lyst til at reflektere herover, dels fordi kun få gennemgående får tilstrækkelig baggrund og alsidig information til at kunne skabe en helhedsforståelse²⁸⁶. Nogle af undersøgelsens deltagere er imidlertid tydeligvis på vej til at prøve at opnå indsigt og forståelse omkring verden globalt og lokalt, og nogle ytrer sig principielt omkring vigtigheden af at vide, hvad der sker i verden - mens andre igen melder rent ud, at de ikke ved, hvad der sker i verden og heller ikke finder det interessant. Det er ikke de, der ved mest og gerne diskuterer forskellige problemstillinger, der er mest usikre på generel og egen fremtid. Storpolitiske problemstillinger forholder kun få sig til, og når de gør - som i eksemplerne med Clintons rejser eller EU politik, er referencerne oftest medierelaterede. Også diskussionerne om de lokalpolitiske problemstillinger - eller de internationale, der slår om i en lokal betydning, som spørgsmålet om fælles mønt - tager ofte afsæt i mediedækningen af emnerne, som for eksempel tegningerne i figur 27 og 39 viser.

Undersøgelsesdeltagernes overvejelser omkring verdens fremtid bevæger sig gennemgående mellem generel bekymring og de store problemstillings potentielle indflydelse på ens egen situation på den ene side og tiltro til, at det nok skal gå, hvis vi gør vores bedste, på den anden side. På den ene side, er deltagerne bange for, at vores levevis - lokalt og globalt - ødelægger os og ødelægger den verden, vi lever i, sådan som mediebilleder og -reportager påviser det. På den anden side ses også en forsigtig optimisme omkring, at vi nok er blevet lidt klogere. På den ene side mener nogle, at IT- og teknologi generelt - er en trussel mod vores kultur og livsværdier, fordi teknikken dominerer over de menneskelige aspekter. På den anden side mener de fleste imidlertid, at vi skal bruge specielt kommunikationsteknologierne til at blive bedre til at kommunikere på tværs af verden og dermed blive bedre til at forstå hinanden, så trusselsbilleder forsvinder og genkendelse af mennesket bag forskellige kulturelle forskelle træder frem.

Indtil videre er der dog fortsat tale om en generel opfattelse af, at der er "dem" og "os" og at vores position som danskere - både som nation og som enkeltpersoner - svinger mellem, at vi ikke fylder så meget i vores lille hjørne af verden og ikke har den store indflydelse, og at vi, selvom vi er få og små, er dygtige til mange ting (for eksempel demokrati) og kan og skal hjælpe andre derude. Dette passer godt ind i den diskussion, Klaus Bruhn Jensen udleder af analyserne i *News of the World* omkring danskeres opfattelse af verden. I dette projekt omfattede respondenternes opfattelse af deres 'others' på den ene side de store magter/magthavere, som for eksempel daværende amerikanske præsident Clinton. På den anden side omfatter 'others' også fattigdommens ofre i tredje verdens lande. Men begge former for 'others' forblev fjerne for respondenterne:

²⁸⁶ Mange voksne vælger at undlade at forholde sig til for eksempel globale problemstillinger eller lokale politiske spørgsmål med mindre det har tydelig relevans for deres egen tilværelse.

These 'others' remain far away, even if they are encountered on television, and whereas the events of the two world wars provided a backdrop to Danes' interpretation of current conflicts in Bosnia, these accounts referred to something in the deep past, far from the sort of recent direct experiences which, for instance, were related by the Belarusian respondents."

Klaus Bruhn Jensen (1998:170-71)

Som det fremgår af forrige kapitel, tænker informanterne i afstand i mere end én henseende. Deltagerne føler sig på afstand fra begivenhedernes centrum og betragter dem f.eks. gennem medierne (Jensen 1998:180). Dog er bekymringsniveauet udtryk for, at der også i forhold til afstand til begivenhedernes gang er en dobbelt oplevelse af reel afstand men psykologisk nærhed, når deltagerne er nervøse for, at der skal ske noget, med den verden, de kender. Krig, baseret på mediernes dækning heraf og de personlige beretninger fra kammerater med flygtningebaggrund er den helt store årsag til bekymring og udløser af angst for fremtiden. Som Melina på 12 (Lyngby) siger, så har der til alle tider været krig, og hun er bekymret for, om hendes brødre skal i krig. Laura på 12 fra samme klasse tror, at vi vil komme til at opleve 3. verdenskrig i vores tid. Diana på 12, også fra samme klasse, synes, at der bliver mere og mere ufred i verden, skønt vi lokalt i Danmark har levet den længste tid i historien i fred. Men krigstrusler og krigsfølger forekommer at være tæt på.

Dobbeltheden og bevægelsen mellem bekymring, forsøg på realisme og optimisme fremgår af interviewet med de 15-16årige drenge fra Tinglev:

- Oskar: Øh, verden udvikler sig jo sådan som den gør nu*
Daniel: Altså, det er lidt svært at forholde sig til, hvordan det vil være, fordi at der er jo mange der er kritiske overfor det, altså jeg tror jo, at til det bliver mere internationalt og det.
Hm, men altså det er jo ikke sikkert at det er alle, der... altså der er jo mange lande til der benægter det jo, for eksempel Saudi-Arabien og nogle... De vil jo fuldstændig nægte, altså at kvinder de skal have rettigheder og det. Det er jo imod alt hvad de har haft i de 3000 år de har eksisteret.
Int.: Så det vil sige, det bliver svært måske at få sådan et internationalt samfund?
Daniel: Ja.
Int.: Kunne du godt forestille dig det?
Daniel: Altså, okay, jeg kunne da godt forestille mig at alle bliver... at vi alle sammen var glade og tilfredse... nej, det kunne jeg ikke!
Int.: Det kunne du ikke, du rettede lige dig selv?
Daniel: Ja (ler). ... Det er en del af det samfund, vi har... altså mennesket har skabt. Der vil altid... for at der er nogen, der skal føle sig gode, så er skal der også være nogen, der har det dårligt jo, som man kan sammenligne sig med. Sådan vil det altid være.

En vis pragmatisme er gennemgående – enten som udtryk for, at man ikke rigtig ved, hvordan man skal forholde sig, eller som udtryk for en bevidst ironisk distance. For eksempel siger Marie på 12 fra Nørrebro, at hun tror, at teknologien vil gøre det muligt for os at tage til Mars - om mange generationer ganske vist. Men derudover gør teknologien og mulighe-

derne for at kommunikere ikke nogen forskel i hendes øjne – hun mener, at "vi er lige dumme alligevel". De optimistiske toner høres dog også, selvom de optræder med en vis form for bekymret insisteren. Jeannette på 15 (Lyngby) er optimist med hensyn til udviklingen for os og tror modsat Marie på, at vi bliver klogere.

Men jeg tror enten så udvikler man sig helt vildt også, også som menneske og teknologi og det hele bliver meget udviklet. Eller også så stopper det, og så går det helt tilbage. Altså der er sådan to muligheder. Og jeg tror egentlig mest på den første altså. Jeg tror vi bliver ved med at udvikle os altså. Altså når jeg snakker med mine kammerater, sådan for eksempel om racisme og sådan noget så er stort set alle imod det og synes det simpelthen er for dumt og sådan noget, så jeg håber da på at næste generation kan være lidt klogere end andre (pause). Det tror jeg på. Så kan det være det går i opfyldelse eller sådan.



Figur 42. Asbjørn, 9. klasse.

Asbjørn er en af undersøgelsens avancerede Internetbrugere. Han mener, at både computer og internet er geniale, brugt på rette måde, og han vil nøde undvære computermediernes muligheder. Han reflekterer en del over de måder, hvorpå vi bruger nettet og over de mulige konsekvenser. Tegningen er et satirisk selvportræt. Han flyder på en ø i åbent rum, isoleret i en glasklokke med sin net-opkoblede computer. Han anvender de typiske klicheer for skadelig mediepåvirkning: benene er visnet, øjnene står på stilke og det er så længe siden, han har været ude i fri luft, at der er kommet spindelvæv omkring glasklokken.

I øvrigt har Asbjørn levet et år i fjernøsten med sine forældre, hvor han har etableret lokale venskaber og oplevet den lokale kultur blandet med sin baggrund som besøgende fra vesten. Han har tænkt en del over forholdet mellem lokale og globale kulturer, hvilket har foranlediget nogen usikkerhed omkring mulig global fremgang og det enkelte menneskes muligheder for at få indflydelse på, hvilken vej udviklingen tager.

7 KONKLUSION

Afhandlingens væsentligste spørgsmål og konklusion er ikke *om* unges mediebrug har betydning for deres opfattelse af sig selv og deres omverden i forhold til lokale og globale kontekster, men *hvad* betydningen er, og *hvordan* den opstår. Afhandlingen bidrager, på en måde hvorpå det ikke er gjort før, til at belyse en gruppe *unge danskere*s erfaringer med, opfattelse af og holdninger til den *globale verden* og den *lokale kontekst* gennem *mediernes rolle* i at åbne verden globalt og lokalt. I et større perspektiv kan afhandlingen give et indblik i, hvordan medialiseringen på alle niveauer har indflydelse på unges erfarings-, identitets- og holdningsdannelse. Dermed kan bidraget måske være en brik ud af flere til at forstå social forandring i et nært fremtidsperspektiv.

Gennem kombinationen af analyser af eksisterende teorier og viden med en omfattende empirisk undersøgelse af en specifik gruppes mediebrug i relation til projektets overordnede temaer skabes der afsæt for afhandlingens analytiske resultater. Afhandlingen sammenfatter således et teoretisk grundlag for forståelsen af begreber og viden, der er centrale for undersøgelsen af mediernes betydning for unges oplevelse af det lokale og det globale. Særligt giver *Globale medier, lokale unge* med sin empiriske basis i en omfattende interviewundersøgelse samt kommenterede tegninger og en spørgeskemaundersøgelse et indblik i en gruppe unge danskere *egne overvejelser og formuleringer* om deres ungdomsliv med medier. Samlet set understøtter og udbygger afhandlingen overordnede fund og konklusioner i tidligere undersøgelser og analyser, danske og internationale, af mediernes betydning for unges sociale relationer, erfaringsdannelse og identitetsudvikling.

Det historiske tidspunkt, hvorpå projektets empiriske undersøgelse er gennemført, kan betegnes som *a defining moment* i et mediehistorisk perspektiv. Det vil sige, at undersøgelsen er foretaget på et tidspunkt, hvor der generelt og for den undersøgte gruppe i særdeleshed er tale om et ændret medie billede. På tidspunktet for undersøgelsen har flertallet af undersøgelsesdeltagerne fået adgang til digitale medier som computer, internet og mobiltelefoner og hermed til adaptation af nye medie- og kommunikationsformer. Således giver afhandlingen et historisk snit af en unik situation i medieudviklingen, specifikt med henblik på unges mediebrug.

Globale medier, lokale unge er udover at være et teoretisk og empirisk baseret medieforskningsprojekt også et metodologisk projekt, der diskuterer og anskueliggør, hvordan en forskningsmæssig problemstilling kan undersøges. Afhandlingen bidrager konkret med erfaringer fra brug af multiple metoder, såvel traditionelle som eksperimenterende i lyset af førnævnte metodologiske diskussion. Endelig peger afhandlingen, som ethvert forskningsprojekt bør, på teoretiske såvel som empiriske problemstillinger, der vil være oplagte for fremtidige studier. Dette uddybes sidst i dette kapitel.

Mediernes betydning og det globale og lokale

Medierne, især tv, film og de digitale medier, der omfatter computer/internet, musikanlæg, mobiltelefoner og andre mobile enheder og spilkonsoller, er centrale direkte kilder til enorme mængder information af alle former for kvalitet og troværdighed. Samtidig er medierne indirekte kilder til 'viden om' gennem fiktionsmediernes mere eller mindre realistiske repræsentationer af 'det virkelige liv' kloden rundt.

Medierne bruges i høj grad som teknologiske muligheder for at åbne verden, såvel globalt som lokalt, og for at kunne etablere og vedligeholde interpersonelle relationer. Medierne har således en væsentlig funktion i de kulturelle og sociale praksisser, som er med til at skabe grundlaget for udviklingen af identitet i forhold til det omgivende samfund, andre mennesker og selvforståelse. Gennem disse erfaringer, der udvikles og formidles på baggrund af medieret information og underholdning og i form af kommunikative processer, bidrager medierne til at udvikle og samtidig til tider provokere holdninger til både det omgivende samfund, den globale realitet og den lokale kontekst. Erfaringsdannelsen finder sted ved hjælp af medierne på en række niveauer – det vil sige både i forhold til intellektuelle, kognitive, emotionelle processer og i form af udfoldelse og opøvelse af sociale færdigheder, samt i forhold til at udøve æstetiske praksisser i en eller anden form.

Medierne åbner verden geografisk og socialt ved at give indsigt i andre kulturer og livsvilkår, og de giver adgang til forskellige former for symbolske udtryk og gør det muligt at spejle sig i de medierede repræsentationer og erfaringer i identitetsudviklingen. Det at kunne orientere sig globalt, samt det at mediebrugen i høj grad koncentrerer sig om globalt og kommercielt producerede medietekster, betyder imidlertid ikke, at der i unges livsverden foregår en entydig homogenisering i lyset af kulturel globalisering af ungdomskulturelle udtryk og relationer eller af den æstetiske praksis. *Afhandlingens overordnede konklusion er således, at de unge på én gang er globalt orienterede og er lokalt forankrede, og at medierne bidrager væsentligt til de unges bevægelse i begge retninger og til dynamikken mellem de to positioner.* Der er ikke tale om direkte modstridende positioner, skønt der er forskel på, hvor de enkelte deltagere i undersøgelsen befinder sig mellem de to positioner. Snarere er der tale om en logisk og som nævnt dynamisk gensidig påvirkning fra det lokale til det globale og modsat.

Mange af mine informanter har tydeligvis endnu ikke fundet ud af, hvordan de skal placere sig selv mellem det lokale og det globale, og hvordan de skal håndtere deres dobbelte identitet som danskere og som verdensborgere. Et af fundene fra analysen er, at kun få kan sætte ord på entydigt afklarede holdninger til deres egen position i forhold til omverdenen. Denne generelt søgende position i forhold til forståelsen af det globale og det lokale gør, at de unge i min undersøgelse fortsat svinger mellem begejstring og bekymring i forhold til såvel globale som lokale spørgsmål, og i forhold til mediernes betydning i informations- og kommunikationssammenhæng. De unge deltagere i mit projekt er endnu ikke i

stand til klart at definere sig selv som pendlere mellem kulturelle miljøer, som skifter og udvikler sig i en dialektisk proces, hvor globale kulturer rekontekstualiseres i lyset af en lokal kontekst og omvendt, hvor de traditioner og holdninger, der eksponeres i lokale kulturer transformeres og udvikles i mødet med det globale. Man kan selvfølgelig spørge, om voksne generelt er i stand til at definere sig selv på denne måde, men det er under alle omstændigheder tydeligt, at det at forholde sig til lokale og globale kontekster er en central del af unges identitetsprojekt.

Fund

Afhandlingens overordnede konklusion er formentlig ikke overraskende. Men vejen frem til den via mere detaljerede fund og delkonklusioner er i særdeleshed interessant. I nedenstående punkter opsummeres derfor centrale fund fra den empiriske undersøgelse, der i forening med erfaringerne fra afhandlingens teoretiske analyse, fører frem til den syntetiserende konklusion og perspektivering sidst i dette kapitel.

Selvom der eksisterer en kompleks sammenhæng mellem delkonklusionerne, er en opdeling i forhold til afhandlingens overordnede temaer: unge, lokalitet og globalitet, praktisk af hensyn til overskueligheden. Vurderingen af lokal henholdsvis global betydning er baseret på undersøgelsesdeltagernes bidrag, som omfatter både impulsive, emotionelt betingede udsagn og reflektive, rationelt/intellektuelt overvejede udsagn. Mediernes betydning for erfaringsdannelse og refleksivitet er som nævnt den grundlæggende forståelsesramme for hele afhandlingen og eksempler herpå inddrages i de enkelte punkter.

Det ene af afhandlingens tre temaer er **unge og ungdomsliv**. Under dette tema opsummeres en række af de væsentligste fund med vægt på unge og ungdomsliv i forhold til det overordnede projekt. På baggrund af de kvalitative interviews er det selvfølgelig ikke muligt at tegne et billede af entydige træk ved forskelle og ligheder i forhold til alder, køn og lokalitet, kun at give en fremstilling af eksempler samt af sammenfald eller forskelle mellem et antal deltagere i undersøgelsen. For alle tre parametre er der tale om, at andre forhold har betydning, som for eksempel baggrund, andre interesser, diskussionslyst, nysgerrighed osv. I realiteten har alder og køn ikke meget stor vægt i forhold til afhandlingens projekt, ud over at de træk, der kan ses, kan pege i retning af potentielle udviklingstræk i forhold til global orientering og mediernes betydning i denne proces.

- *Køn*. Der ses i interviewene eksempler på, at drengene i undersøgelsen er mere interesserede og informerede end pigerne, når det gælder nyheds- og baggrundsinformation om verden lokalt og globalt. Der er dog en del piger blandt deltagerne, som interesserer sig for samfundsmæssige forhold og som bruger nyhedsmedier, og der er også drenge i begge aldersgrupper, der ikke har ret megen ide om, hvad der foregår udenfor skolen, vennegruppen, fodboldklubben og underholdningsmedierne. Pigerne er imidlertid lige så globalt orienterede som drengene, hvis vi ser på indholdspræferencer. Drengene i begge

aldersgrupper har bedre adgang til diverse medier, end pigerne har undtagen med hensyn til mobiltelefon og tv i hjemmet, hvor kønnene står lige. Især har drengene flere computere og internet på værelset, hvilket betyder, at drengene i højere grad sætter sig til computeren eller internettet med forskellige formål end pigerne. Til gengæld benytter piger uden internet i hjemmet flittigt skolens computere til chat, *ICQ/Messenger* og downloads. I forhold til medieoplevelser er der stor overensstemmelse i forhold til kommercielle, populære produkter samt en overvægt i retning af amerikansk eller sekundært engelsk og dernæst øvrige europæiske produktioner. Der ses dog nogen forskel på drengenes og pigernes præferencer, idet drengene gennemgående er mere til actionfilm, satire-serier, action-computerspil samt hiphop og techno-musik, mens pigerne gennemgående er mere til romantiske film, hverdagslivs-serier, casual games²⁸⁷ og pop-musik, skønt der er mange overlap for de enkelte deltagere. I forhold til kommunikation har de fleste prøvet at chatte, og mange har en mobiltelefon. Selvom chat er den store online aktivitet for sociale interaktion for deltagerne, ser det ud som om nogle af drengene i undersøgelsen flytter sig fra chat-universer til personlige netværkschats som *Messenger* og *ICQ*, mens en del af pigerne fortsat bruger tid i chat-universerne. Selvom både telefon og online kommunikation også bruges til kommunikation globalt og i svage relationer, er det helt udpræget, at der er tale om kommunikation med stærke relationer i lokale kontekster eller i det mindste lokalt forankrede sociale relationer fra hverdagslivet.

- *Alder*. Der er ret tydelige forskelle på adgang til medier i forhold til alder, idet der samlet set er betydelig flere af de 15-16årige, der har adgang til computer og internet på værelset og som har egen mobiltelefon. Adgangen har betydning for, hvor let og hvor meget deltagerne har adgang til information og kommunikation. Derudover er der mindre forskelle i præferencer. I forhold til oplevelse tegner der sig ikke et klart billede blandt deltagerne. Dog er der tilsyneladende lidt flere af de ældste deltagere, der ser nyheder og fakta, og som orienterer sig i verden og prøver alternative informations- og oplevelseskilder af. Nogle af de 12årige drenge er for eksempel blandt de interviewdeltagere, der er mest orienterede og interesserede i, hvad der foregår i verden, lokalt og globalt, mens nogle af de 15årige pigers interesse for globale fænomener og politiske spørgsmål er meget lille.
- *Vennegrupperne* og de få 'true relations', samt *familien* er centrale holdepunkter i de unges livsverden. En del af forankringen i Danmark skyldes, at ens hjem er der, hvor familien og vennerne er. En del af de medierede informationer, oplevelser og erfaringer omsættes i den kollektive refleksive proces med venner og familie. Det vil sige, meningsdannelsen sker ikke alene i forhold til medierne men også i forhold til de omgivende institutioner som familie og skole. Kommunikationsmedierne bruges først og fremmest til op-

²⁸⁷ Genrebetegnelse for alle de små, hurtige computerspil, man kan møde på nettet som reklamer eller i form af kabaler eller lignende.

retholdelse og styrkelse af eksisterende relationer, selvom der også ses eksempler på, at deltagere etablerer nye bekendtskaber online.

- Undersøgelsesdeltagere med *indvandrerbaggrund* af enhver art bruger medierne til at høre deres *modersmål* talt eller til selv at kommunikere med familie og venner på modersmålet, men de gør det med forskellige formål. Samtidig med, at medierne i en eller anden grad bruges til at holde modersmålet intakt og til opdatering på oprindelseskulturen, er det interessant, at unge med indvandrerbaggrund, også de, der virker mindst integrerede i dansk kultur, bruger de samme medier, ser de samme film, hører det samme musik, spiller de samme computerspil som deres kammerater med dansk baggrund.
- Generelt er der enighed om, at medierne er meget fokuserede på *negativ nyhedsdækning om indvandrere*, og at dette er med til at påvirke stemningen i befolkningen og dermed integrationsmulighederne og mulighederne for at få det optimale ud af, at flere kulturer mødes. Stort set alle i undersøgelsen mener, at der skal være plads til os alle, men også at integration og evnen til at kunne tale dansk er en nødvendighed. Undersøgelsesdeltagere med dansk kulturel baggrund er gennemgående positivt stemte overfor indvandrere i Danmark, men det er tydeligt, at de, der er mest positivt stemt for multikulturer i Danmark og i deres egen hverdag, er de, der kender indvandrere godt for eksempel fra skolen.

Set fra den anden side er de, blandt de relativt få unge med indvandrerbaggrund i undersøgelsen (i alt 9 ud af 64), der er vokset op i Danmark og som er forholdsvis integreret i dansk (ungdoms)kultur, splittet i deres følelser omkring tilhørsforhold: de deler deres danske venners oplevelse af Danmark som verdens omdrejningsakse, og i den forbindelse bruger de stort set underholdnings- og kommunikationsmedier på samme måde som de med dansk baggrund. De føler sig imidlertid også knyttet til oprindelseslandet i en eller anden grad, især fordi forældregenerationen i Danmark og familien i hjemlandet lægger vægt på at opretholde følelsen af at tilhøre den oprindelige kultur. Medierne bliver således brugt til at holde forbindelse til familien og være orienteret om forholdene i hjemlandet. Der er dog så få deltagere med indvandrerbaggrund i undersøgelsen, og de er så forskellige, at de især er interessante med deres individuelle erfaringer frem for som distinktiv gruppe.

Det andet tema er *lokalitet*, i betydningen national og i betydningen egn og "neighbourhood":

- At være *dansk* opleves af de fleste som noget særligt – også af de, der er gode til en Sandemosiansk nedtoning af stoltheden: man skal ikke tro, man er noget (men det er vi, jf. essensen af deltagernes udsagn). Det at være glad for Danmark betyder imidlertid på ingen måde, at man ikke foretrækker for eksempel amerikanske film eller engelsk musik og i øvrigt hælder til livsstilsideal, som kan opleves i fiktionens verden eller i udveksling

via de digitale kommunikationsmedier. Dog vurderes dansk produceret medieindhold ud fra en række kriterier, såsom den gode historie, genkendelighed (lokalitet, tematik, skuespillere, sprog) og for eksempel særlig dansk humor, når der tales om fiktion. I forhold til alle danske medieproduktioner og –former gælder det, at de på den ene side holdes op mod især amerikansk standard og på den anden side vurderes ud fra genkendeligheden af det særligt danske.

- Der er forskel på at forholde sig til kulturelle værdier og familiefølelse (både for etniske danskere, og ikke-etniske danskere) og til Danmark som system, som samfund.
- Deltagerne mener gennemgående, at en række forhold kendetegner *det særligt danske*. Udover sproget som vigtigste kendetegn omtales symbolske kendetegn som krone, kongehus og flag. I nogle af interviewene nævner deltagerne også det danske demokrati, som noget særligt at være stolt over. Det vil sige, kendetegnene har vidt forskellig anknytning til den samfundsmæssige realitet og individuelle erfaringsverden og baggrunden for holdningerne er såvel emotionelt som reflektivt begrundede.
- *Sproget* har afgørende betydning for kulturel identitet som praktisk mulighed for kommunikation og dermed for social interaktion. Sproget bruges både som markør af kulturel identitet og indirekte som kvalitetsmarkør for film, serier og musik. Dialekt (samt i nogen grad sociolekt og etnolekt) bruges stadig som udtryk for lokal tilknytning, det vil sige til afgrænsning som gruppe i forhold til andre. Særligt i Tinglev bidrager de lokale medier (især radioen) til bevaring af ægte sønderjysk, som nogle af deltagerne med en lang familietilknytning til området gerne vil kunne tale.
- Medierne fungerer som leverandør af *referenceramme* for det lokale, såvel Danmark i forhold til verden og hjemegn/by/kvarter i forhold til DK. Det vil sige, at de billeder af verden, medierne leverer, holdes op som spejl for den lokale kontekst og de kulturelle træk som deltagerne kender.
- En af antagelserne, der gik forud for selve undersøgelsen, var, at der var forskel mellem forskellige lokaliteter i Danmark, men at der kun ville vise sig få forskelle på undersøgelsesdeltagernes adgang til og brug af forskellige medier og deres mediepræferencer. Der er *geografisk og demografisk forskel* på de fire byer (lokalområder), der indgik i undersøgelsen: Blågård/Nørrebro i København, Lyngby nord for København, Kolding i Sydøstjylland og Tinglev ved den tyske grænse. Disse forskelle afspejler sig i undersøgelsesdeltagernes sociale baggrund, livsstil, interesser og lokaliteternes miljø adskiller sig fra hinanden²⁸⁸. De fire byer er endvidere af forskellig størrelse, hvilket betyder, at der tydeligst er tale om lokalsamfund på Nørrebro (i forhold til de andre københavnske bydele) og i Ting-

²⁸⁸ Deltagernes forskellige baggrund fremgår af de kvalitative interviews, hvor alle deltagere indledningsvis fortalte om deres familie, om fritidsinteresser, fritidsarbejde og andet. Lokaliteterne blev valgt strategisk ud fra deres geografiske og demografiske forskellighed, som det fremgår af bilag 2, og lokaliteternes miljø blev studeret under besøg på stederne i forbindelse med undersøgelserne.

lev især, mens deltagerne i Lyngby og Kolding ikke føler helt så stærk en tilknytning til deres hjemegn. Alle fire steder var følelsen af at være dansker imidlertid stærk, - stærkest i Tinglev (for nogle dog næst efter at være sønderjyde).

- Generelt set er der ikke bemærkelsesværdig *lokal forskel på medieadgang, brug og præferencer* mellem deltagerne fra de fire byer bortset igen fra Tinglev, hvor der er en ret tydelig tendens til at se mere dansk tv og se flere danske film end i de andre byer. Især i Tinglev, men også i Kolding benytter deltagerne i højere grad end i Lyngby og på Nørrebro de lokale medier som lokalavis, nærradio, lokal-tv til lokal orientering og opdatering på folk, som der er ret stor sandsynlighed for, at man kender. I det omfang, man bruger lokale medier på Nørrebro og i Lyngby, er det mere som generelle medier, de benyttes – for eksempel *Radio Voice* som musikkanal²⁸⁹. Samtidig med, at de lokale medier forankrer de unge i deres lokale kontekst, bidrager de digitale medier til at flytte provinsboerne ud af provinsforankringen og ind i grupper og relationer, der går på tværs af geografisk lokalisering. Det vil sige, at deltagerne fra Tinglev og Kolding er lige så velorienterede om, hvad der foregår i verden, som deltagerne fra hovedstadsområdet er det.
- Den *lokale tilknytning* på Nørrebro skyldes i mindre grad bydelens historie og mere enten det at være opvokset med vennerne i bydelen eller en romantisering af 'living in the ghetto' fra de veluddannede forældre (jævnfør elever og skoleleder). Unge med anden etnisk baggrund end dansk, der er opvokset på Nørrebro, opfatter bydelen, underopdelt i mindre enklaver, som deres område. 'Territorium' forekommer at være et lidt for stærkt udtryk i forhold til for eksempel de unge indvandrerdrengene, jeg talte med; men Nørrebro er tydeligvis (neighbour)hood for nogle.

Det tredje af de tre overordnede temaer i afhandlingen er *global*.

- Blandt undersøgelsesdeltagerne er der en klar erkendelse af, at *verden er åben* i den forstand, at man har adgang til informationer, der kan være afsendt fra skolekammeraten eller en dansk tv-station eller fra den anden side af jorden, eller at man selv kan kommunikere og dele informationer med personer, der bor ved siden af eller tusindvis af kilometer væk i en fuldstændig anden kultur. Men indtryk og kontakter omsættes og får værdi i den lokale kontekst til mening og erfaring. Refleksionerne over det globale efterlader imidlertid spor i forhold til at påvirke, hvad man synes om, hvad der er interessant, hvordan ens verdensbillede former sig, og hvordan ens emotionelle og intellektuelle oplevelse af verden og en selv ser ud og udvikler sig. Det sker for eksempel, når amerikanske og danske film henholdsvis tv og musik sammenlignes ud fra en række kvalitetskriterier.
- *Globale trends*, som hiphop-kultur og dennes udtryk i rap-musik, og populærkulturelle genrer indenfor for eksempel film og tv-serier, genkendes som globale fænomener af undersøgelsesdeltagerne, men omsættes i høj grad lokalt og tilpasses den lokale kontekst.

²⁸⁹ Undersøgelsen blev foretaget, før Radioloven blev ændret, og mens Radio Voice fortsat var lokalradio.

- Globale medier i *deltageres medieunivers* består i meget høj grad af amerikanske produktioner, sekundært af engelske og dernæst danske produktioner. Af spørgeskemaundersøgelsen om præferencer fremgår det, at kun meget få foretrukne medieproduktioner stammer fra andre dele af verden eller andre lande i Europa. Til gengæld viser de kvalitative interviews, at mange af deltagerne kan huske at have oplevet medieproduktioner med en i forhold til undersøgelsen utraditionel oprindelse, såsom indiske musicals, franske tv-serier og arabisk rap-musik. Kvalitet og anvendelighed holdes op imod genkendelighed i forhold til de traditionelt foretrukne produktioner, og det er tydeligt, at alternative produktioner udover at være eksotiske i denne kontekst skal have en relativt høj grad af genkendelighed i forhold til tematik, genretræk, æstetik og så videre, for at blive positivt modtaget.
- Kommunikationsmedierne bruges primært til den daglige opdatering med dem, man i forvejen taler mest med og er tættest på. Men de bruges også til vedligeholdelse af *globale kontakter* (det vil både sige personer fra andre lande og danskere, der er i udlandet) – man henter folk ind i et delt, virtuelt lokalt rum og deler en oplevelse, en fællesskabsfølelse.
- *At rejse er at leve* – På trods af, at så stor en del af deltageres erfaringsgrundlag stammer fra medierne, og på trods af, at en væsentlig del af deres sociale interaktion foregår medieret, ses en helt gennemgående enighed om, at virtuelle rejser og møder i cyberspace ikke kan erstatte den fysiske tilstedeværelse for at få det fulde udbytte af fremmede kulturer og lokaliteter. De fleste deltagere i undersøgelsen har været ude at rejse, nogle i længere tid og til eksotiske steder, andre på kortere ture til Sverige eller Tyskland – og alt derimellem. Det opleves som spændende at rejse, og de fleste kunne godt forestille sig at rejse ud og bo en periode i et andet land. Inspirationen til rejsemål kommer i høj grad fra medierne, især fiktion, som giver deltagerne en vis fornemmelse af genkendelse. De fleste ville dog komme tilbage til Danmark igen.

Global orientering, lokal forankring

Analyserne i afhandlingen viser, at årsagerne til, at så mange af deltagerne i undersøgelsen er usikre på deres egne holdninger og position i forhold til det globale og det lokale, skal findes på flere niveauer for sociale og kulturelle praksisser og normer:

For det første forsyner medierne de unge med *spændende og fascinerende indtryk fra andre dele af verden*. Dette, kombineret med flittig rejseaktivitet for de fleste og relationer til familie, venner og andre i udlandet for en del, udløser naturlig nysgerrighed og længsel efter videre horisonter.

For det andet præsenterer megen medieret information af enhver art imidlertid *en truende verden domineret af vold, krig og usikkerhed*, der opleves af de unge deltagere i undersøgelsen, som liggende langt fra den tilsyneladende sikkerhed og fred i Danmark. Danske

unge er i høj grad influeret af indtrykket af en usikker verden med mange konflikter, fattigdom, truende kriminalitet og det store ukendte. Danmark opfattes som den sikre og trygge havn, trods truslen fra stigende og grovere kriminalitet, voksende social usikkerhed, arbejdsløshed, tendenser til et negativt offentligt og politisk fokus på etniske minoriteter og, for den enkelte, for lidt tid til at kommunikere og være sammen i familierne, opløsningen af kernefamilien som den mest almindelige familieform og stigende krav om at opnå særlige kvalifikationer for at få en uddannelse og et arbejde.

De unge informanter i min undersøgelse udtrykker, at de føler sig trygge i Danmark, især når verdens realiteter bliver præsenteret via medierne. Diskussionen om, hvorvidt dette vil have ændret sig, hvis man tog samme problematik op igen nu flere år efter september 11, kan kun være spekulativ. Det er imidlertid rimeligt at antage, at en begivenhed som september 11 og de efterfølgende begivenheder i Afghanistan og Irak, samt terrorhandling i Europa og det stadigt massive politiske og pressemæssige fokus på en potentiel terrortrussel har haft en indvirkning, der enten har forstærket de tydelige tendenser til, at unge danskere føler sig trygge i Danmark, sammenlignet med den store verden eller alternativt, at de måske slet ikke længere føler sig helt trygge nogen steder længere. Det lader dog til, at unge danskere, som deltagerne i min undersøgelse, stadig føler, at Danmark er et af verdens bedste lande. En af grundene til, at unge danskere føler, at Danmark er et trygt sted, er, at danskeres tillid til det danske demokrati, til politikerne, til politiet er en af de højeste i Europa (Amnå 2004). Mange af deltagerne udtrykker samme holdning i interviewene, det vil altså sige, før de nævnte begivenheder fandt sted.

For det tredje er der *stærke historiske årsager* til den insisterende forståelse af Danmark som det bedste land i verden, landet, der er kendt i alle andre lande og berømte for vores demokrati, velfærdssystem, uddannelses og sundhedssystemer, landbrug, forskning, filmproduktion, generelle levevis og hvad man ellers kan komme i tanker om. Parallelt hermed optræder, også forankret i en historisk forståelse, den opfattelse om Danmark at 'vi er jo bare et lille land, vi kan ikke gøre noget'. Der optræder med andre ord hele tiden paradokser i deltagernes holdningstilkendegivelser.

For det fjerde *reproduceres disse normer* kraftigt af fremherskende holdninger af forskellige institutioner, og i særlig grad af forældrene. Det indvirker på de unges holdninger – selv i en kultur, hvor unge har en høj grad af frihed, og hvor de tilbringer en hel del tid på egen hånd, uden for forældrenes rækkevidde. Den danske sociolog Peter Gundelachs analyser fra *The European Values Survey* peger på en stigende tendens blandt voksne danskere (over 18 år) mod det, han diskuterer som 'national chauvinism' sammenlignet med undersøgelser fra 1981 og 1990 (Gundelach, 2001). Dette modbevises dog for unge danskeres vedkommende i nogen grad af CURs undersøgelse om 12 til 15-åriges holdninger og værdier, der viser, at unge danskere i denne alder omkring afhandlingens undersøgelsestidspunkt og forud for dette kontinuerligt præges af åbenhed og tolerance overfor andre kulturer.

Medier, multikulturer, kulturkonservatisme, nationalisme?

Samlet set kan man sige, at deltagerne i undersøgelsen tilhører en bredt defineret gruppe af 'almindelige unge danskere', der har det tilfælles, at de går i folkeskolen i enten 6. eller 9. klasse. Derudover er de relativt forskellige, også i forhold til mediebrug. De er klart globalt orienterede gennem deres bevidsthed om verden via medierede oplevelser, international interaktion og førstehåndsmøder med 'det fremmede'. De er også tydeligvis lokalt forankrede med en stærk følelse af nationalt tilhørsforhold og for nogle også en stærk identifikation med den lokalitet, hvor de bor. Ikke alle mine informanter bruger store ord, men taler om Danmark som et meget lille land, og de udtrykker mishag med de tiltagende tendenser til racisme/fremmedhad eller med den kedsommelige tanke at skulle reproducere forældrenes måder at leve på. Eksemplerne på det sidste er imidlertid få, og selv disse kritiske stemmer veksler mellem kritisk distance og hengiven *amor patriae*. Holdningerne er på den ene side karakteriseret af fornuftspræget distance og refleksion, på den anden side af stærkt emotionelle udtryk omkring deres oplevelse af danskhed i forhold til 'det fremmede'. Således kan man i høj grad tale om flydende kontekster, jævnfør kapitel 3.1.

Betyder denne emotionelt udtrykte og forsøgsvis rationelt argumenterede orientering mod 'det danske' så, at unge i dagens Danmark går i retning af ny kulturkonservatisme eller måske endda nationalistiske holdninger? Ifølge blandt andre Morley og Robins er det ikke så simpelt. De skelner mellem to aspekter ved kulturel globalisering, som ganske præcist beskriver den ambiguitet, som deltagerne i min undersøgelse udtrykker:

It may well be that, in some cases, the new global context is recreating sense of place and sense of community in very positive ways, giving rise to an energetic cosmopolitanism in certain localities. In others, however, local fragmentation may inspire a nostalgic, introverted and parochial sense of local attachment and identity. If globalisation recontextualises and reinterprets cultural localism, it does so in ways that are equivocal and ambiguous.

(Morley and Robins 1995, p.118)

På individuelt niveau udtrykker mine informanter både usikre og flertydige holdninger til betydningen af globaliseringens rekontekstualisering af lokal kultur, men usikkerheden spores også i forhold til to generelle tendenser: en stærkere udadrettet orientering for nogle af de unge og en stærkere lokal forankring for andre, til dels udtrykt i nostalgisk positive beskrivelser af Danmark og danskhed. En af de interessante pointer i citatet fra Morley og Robins er netop, at det, de kalder lokal fragmentering, udløser *en følelse* eller *oplevelse* ('sense') af lokalt tilhørsforhold og identitet.

I undersøgelsen går ét bestemt argument for bevarelsen af dansk kultur i en genkendelig form (for eksempel sprog) igen i interviewene, nemlig at man jo ellers ikke kan vide, hvem man er, når man møder andre blandt andet, når man er ude i verden, såvel virtuelt som i fysisk, geografisk forstand. Kulturelle forskelle opfattes endvidere som væsentlig motivation

for at tage ud i verden, opleve noget nyt, spejle dansk kultur og egne værdier – og, med en slet skjult underliggende dagsorden – blive bekræftet i, at verden er spændende, men Danmark er bedst. Ulf Hannerz diskuterer de ambivalente holdninger fra et andet perspektiv end Morley og Robins, idet han i højere grad interesserer sig for kulturel og social praksis på et overordnet niveau. Hannerz skelner mellem de lokale og kosmopolitterne, som begge har en interesse i at opretholde lokal diversitet og global kontekst:

Here, however, today's cosmopolitans and locals have common interests in the survival of cultural diversity. For the latter, diversity itself, as a matter of personal access to varied cultures, may be of little intrinsic interest. It just so happens that it is the survival of diversity that allows all locals to stick to their respective cultures. For the cosmopolitans, in contrast, there is value in diversity as such, but they are not likely to get it, in anything like the present form, unless other people are allowed to carve out special niches for their cultures, and keep them. Which is to say that there can be no cosmopolitans without locals.

(Hannerz 1996, p.111)

Det kunne se ud, som om deltagerne i min undersøgelse i varierende grad indeholder træk fra både kosmopolitterne og de lokale. Og der vil tydeligvis være nogle, der som voksne vil rejse ude og føle sig hjemme, hvor de kommer frem – i hvert fald i perioder, og temmelig mange andre, der vil rejse ud i kortere eller længere tid og glæde sig til at komme hjem igen, fyldt med spændende oplevelser.

Gundelach drager på baggrund af sine undersøgelser som vist ovenfor ret vidtgående og måske også problematiske konklusioner om stigende national chauvinisme i Danmark. De svar og samlede resultater, Gundelach genererer på baggrund af målinger af folks holdninger, analyseres for eksempel ikke i forhold til eventuelle skift i hverdagsliv og medierede erfaringer og politisk udvikling. Tendensen i undersøgelsen er imidlertid interessant.

Som nævnt påviser min egen undersøgelse en gruppe danske teenagers pendlen mellem fascination af det globale og fastholdelse af Danmark som et godt sted at være. Mine empiriske fund peger imidlertid også på, at mange af de unge tilsyneladende bliver mere udadvendt orienterede mod verden i takt med, at de finder fodfæste og har opnået selvtillid i forhold til egen identitet såvel som til deres position i krydsfeltet mellem globalt udblik og lokal forankring, stærkt understøttet af deres mediebrug. Disse tendenser ses allerede blandt nogle af de, der er mest interesserede og orienterede og mest refleksive og blandt dem med flest erfaringer fra egne oplevelser uden for Danmark. Der vil således sandsynligvis vise sig at være en kontrast mellem tanker omkring og holdninger til globalitet og lokalitet blandt de 12 til 16årige i *Globale medier, lokale unge - undersøgelsen* fra år 2000 og realiteten af deres erfaringer og refleksioner, når de bliver blot nogle få år ældre. De yngste unge er i midt i det omfattende projekt med at finde ud af, hvem 'de er', eller måske rettere, hvordan de skal forstå sig selv i forhold til andre, såvel i det nære som i det hele taget. Udviklingen af kulturel identitet bliver en væsentlig del af udviklingen af denne selvforståelse.

En del af baggrunden for de unges dobbelte position er altså knyttet til alder og livssituation, en del til baggrund og erfaringer.

Citatet fra interviewet med Julie nedenfor demonstrerer udover ambivalensen i opfattelsen af danskhed overfor fremmedhed og vanskelighederne ved at sætte ord på, at der også eksisterer en ret stærk bevidsthed omkring denne problemstilling og ikke mindst, at den bedste vilje til at være åben og netop ikke-chauvinistisk er stærk. Men alligevel ender udsagnet med at fastslå en af analysens pointer: der hersker blandt undersøgelsesdeltagerne stor usikkerhed omkring, hvordan man skal forholde sig til verden og til sin egen rolle som person og som dansker.

Jeg opfatter nok mig selv mest som, øh, en verdensborger på en eller anden, eller hvad man kan sige, fordi at... jeg føler at, selvfølgelig er jeg født i Danmark og det er det sprog, jeg føler mig mest tilpas [med], og jeg kan rigtig godt lide vores danske kultur – eller sådan som det er – jeg elsker Danmark, men jeg... jeg vil også gerne ud at se resten af verden, og når jeg vil, gør det så vil jeg ikke komme ud med sådan en indstilling, at jeg er dansker og, hvis jeres kultur ikke er ligesom hjemme hos os, så er det ikke godt, eller sådan... sådan vil jeg ikke have en indstilling, vel. Jeg vil godt være sådan åben overfor.. men altså selvfølgelig, jeg tror... jeg tror jeg kunne godt forestille mig at leve i et andet land end Danmark, men det ville ikke... så skulle det være et land, hvor kulturen minder meget om den danske sådan. Jeg kunne ikke leve for eksempel i Arabien eller sådan noget, fordi kulturen er så langt fra den danske, ikke også.

(Julie, 15 år)

Jeg mener ikke, at det er et mål i sig selv for de unge danskere at overkomme usikkerheden og vide præcis, hvad de skal mene, og hvad de skal gøre i forhold til deres fascination af det globale og deres behov for lokal forankring. Det er et nødvendigt paradoks i en periode af ens liv, hvor man i det hele taget prøver at finde sin personlige identitet og sin sociale og kulturelle tilknytning. Tilmed er det et paradoks, som formentlig opløses af de færreste voksne danskere. Jeg betragter det i forhold til afhandlingens projekt som en afspejling af dels ungdomsårenes forsøg på at orientere sig i verden, dels en konsekvens af modernitetens nødvendige refleksivitet, dels mediernes rolle i denne proces.

Tilbage til titlen

Her på de sidste sider af *Globale medier, lokale unge* vil jeg igen stille spørgsmålet: kan man tale om lokale unge, når man tager den kulturelle transformation, der konstant finder sted som resultatet af globalisering i unges medialiserede livsverden i betragtning? Over hele verden omsættes globalt producerede medier og medieprodukter på tværs af regionale og nationale kulturelle, politiske og økonomiske forskelle, og de unge mediebrugere, i denne kontekst, deler dermed markeder og oplevelser med unge globalt set²⁹⁰. Her vil jeg

²⁹⁰ Som vi har set i kapitel 4 og 5 er der især tale om vestlig, kommerciel populærkultur, hvilket giver de globalt udbredte fællesnævner et bestemt udtryk, men i princippet er det jo muligt at dele stort set alle

imidlertid endnu engang trække Marieke de Mooijs konstatering om global-lokal paradokset ind: 'Local Markets are people, global markets are products' og 'Markets are people, not products. There may be global products, but there are no global people' (de Mooij 1998: 3 og 5). Kort sagt, folk er altid forankret i deres lokale realitet, uanset i hvor høj grad markeder deles og interaktion finder sted. Uanset om vi i interagerer i vores fysiske settings eller i virtuelle rum. Det handler ikke kun om kroppens lokalisering, men om individets lokalisering og selvforståelse i forhold til det globale og det lokale. I forhold til afhandlingens projekt handler det desuden om, at medierne i høj grad bidrager til denne proces i forhold til global orientering og individets lokalisering og selvforståelse i forhold hertil. Afhandlingen har fokuseret på denne proces i forhold til en gruppe unge danskere og har påvist, at medierne samlet set og i kraft af deres forskellige egenskaber og anvendelser i særdeleshed bidrager til unges globale og lokale orientering og til de refleksionsprocesser, der foregår. Som udgangspunkt for disse processer ser det ud, som om de unges mediebrug, samlet set, har en afgørende betydning for en påbegyndt udvikling af "globalisation in here", det vil sige, at den globale virkelighed er en integreret del af unges refleksion omkring verden, sig selv og deres lokale forankring.

Perspektivering

Perspektiveringen af *Globale medier, lokale unge* tager på den ene side afsæt i beskrivelsen af, hvad projektet kan bidrage med i en bredere kontekst, og hvad man derigennem kan sige om mediernes betydning for unges erfaringsdannelse, refleksivitet og social forandring, sådan som jeg beskrev det indledningsvis i konklusionen. På den anden side tager perspektiveringen af projektet også afsæt i dets problemer og potentialer med henblik på videre studier af problemområdet.

Projektets forskningsspørgsmål havde et bredt sigte, og udgangspunktet for projektet var omfattende: *Hvordan kommer mediernes betydning i et lokalt og globalt perspektiv til udtryk i unge danskeres mediebrug og mediepræferencer, og i deres erfaringer med og holdninger til lokal og global forankring og orientering?*

Den teoretiske og empiriske undersøgelse og analyserne af materialet har opfyldt ambitionen med projektet. Jeg har med afhandlingen givet en analyse af unge danskeres mediebrug i lyset af kulturel globalisering og lokalisering ved at koble eksisterende viden og teorier på området med en undersøgelse af en gruppe unge danskeres egne erfaringer, refleksioner og holdninger. Desuden kan afhandlingen siges at være et oplæg til videre studier af såvel teoretiske, empiriske og metodiske problemstillinger. Teoretisk peger afhandlingen på et behov for dybere teoretiske forståelser af digitale mediers betydning i en lokal og en global kontekst i forhold til menneskers forståelse af lokalitet og globalitet. Eksisterende teorier om globalisering, lokalisering og medier har været nyttige forståelsesrammer for

former for indhold på diverse medieplatforme på tværs af globen. Især med digitaliseringen åbnes der op for i det mindste et globalt udbredt *kendskab* til at der eksisterer medieindhold fra ikke-vestlige lande.

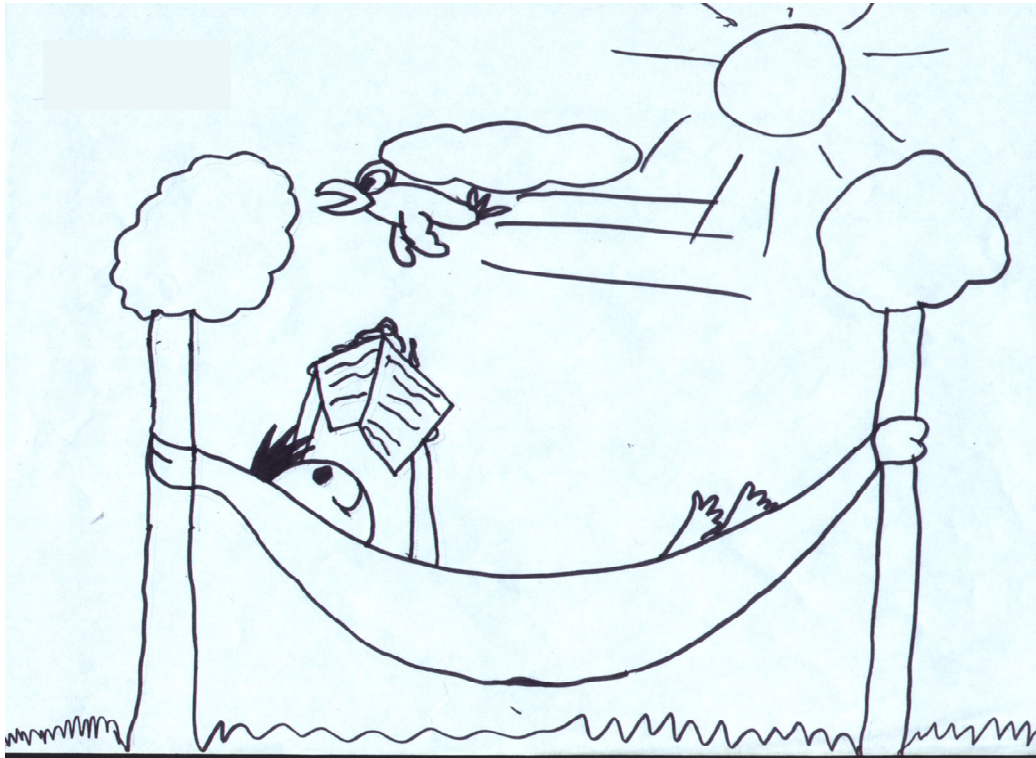
afhandlingen, men de empiriske indsigter, der til stadighed opnås indenfor området, må nødvendigvis til stadighed udfordre og føje nye forståelser til teorier om modernitet og globalisering, globaliseringsprocesser og mediernes betydning i disse processer. Empirisk peger afhandlingens resultater på, at gentagne, større kvantitative undersøgelser vil være nyttige for at kunne sige mere om diverse sammenhænge mellem forskellige gruppers baggrund, alder, køn, lokalitet, mediebrug, globale og lokale orientering samt holdninger gennem sammenligninger af faktorer over tid. Desuden viser afhandlingen, at der er et behov for fokuserede analyser af direkte sammenhænge mellem betydningen af det konkrete medieindhold og konkrete medieoplevelser i forhold til pågældende gruppes transformation af medierede oplevelser og interaktion til mening. Metodisk peger afhandlingen i retning af, at ny kontekster, såvel empiriske som teoretiske, udfordrer de metoder, der anvendes til at undersøge en række problemstillinger. De nye empiriske kontekster er for eksempel de forandringsprocesser, der optræder blandt brugerne, i denne sammenhæng unge danskere, i kraft af de digitale mediers betydning for kommunikation og information gennem ændrede produktions-, distributions og receptionsforhold. Den øgede globale interaktion i form af såvel information og kommunikation generer nye indsigter, som har indflydelse på den lokale reception. Mere fokuserede undersøgelser af specifikke medie- og kommunikationsformers betydning vil give yderligere indsigt i, hvordan erfaring og holdninger genereres i lyset af nye relationer mellem det globale og det lokale. Nye teoretiske kontekster opstår blandt andet gennem den stadig større grad af integration mellem discipliner, der traditionelt har været knyttet til forskellige faglige områder, men som kombineres indenfor forskning i digitale medier og deres betydning. Det betyder for eksempel, at det vil gavne nye studier indenfor området at fortsætte dels brugen af multiple metoder tilpasset de specifikke undersøgelser, dels, at nye kontekster lægger op til nye metoder, det vil sige eksperimenterende metoder og nye kombinationer. Helt konkret vil jeg pege på fire eksempler på nye undersøgelser indenfor afhandlingens fokusområde, unge, globalisering, lokalisering og medier, der kan bygge på afhandlingens erfaringer og udforske problemstillinger, som enten var særligt centrale eller var nye på undersøgelsestidspunktet:

- En gentagelse af afhandlingens undersøgelse. Tidspunktet for den nuværende undersøgelse er som nævnt specielt, fordi digitale medier for alvor er ved at blive integreret i samfundet generelt og i ungdomskulturer specielt, samtidig med, at traditionelle medier fortsat har stor betydning. Et tiår senere er digitale medier fuldt ud integrerede i en dansk kontekst i forhold til information, kommunikation og underholdning, og i indholdsproduktion, -distribution og brug. Formålet skal være at sammenligne forholdet mellem mediebrug, erfaringer og holdninger i forhold til global og lokal orientering for at kunne sige noget om ligheder og forskelle i et historisk udviklingsperspektiv.
- En særlig undersøgelse af mange-til-mange / sociale medier i forhold til, hvordan disse former for digital kommunikation fungerer som potentielt globalt udblik, blandt an-

det gennem interessefora og sociale netværkssider, og gennem mobiltelefonen og internetbaserede kommunikationskanaler som Messenger, Skype og evt. e-mail som redskaber til at kunne etablere og/eller opretholde relationer på tværs af fysisk afstand. Formålet skal være at få et velunderbygget billede af digitale mediers potentialer og begrænsninger for global og lokal orientering.

- En undersøgelse af, hvordan traditionelle og digitale medier fungerer i ungdomskulturer som informationskilder til viden om verden, som enkeltmedier og på tværs. Formålet skal være at kunne pege på, hvor information, erfaringer og indtryk hentes og i hvilke formater, og hvordan dette omsættes til refleksion og holdninger.
- En undersøgelse af, hvordan lokalt og globalt produceret fiktion bidrager til på den ene side bestemte billeder af verden, såvel konkret som symbolsk, og på den anden side befordrer refleksioner over kulturel diversitet og homogenitet i globale og lokale kontekster. Udgangspunktet er, at unge henter en stor del af deres medierede informationer gennem fiktion, og at de etablerer en væsentlig del af deres (globale) verdensbillede herigennem. Formålet skal være at kunne sige noget om fiktion som potentielle kilder til kulturel forankring og forandring.

Afhandlingen dokumenterer, som det fastslås i indledningen og igen her i konklusionen, et historisk projekt, der redegør for mediernes betydning for unges opfattelse af det globale og det lokale på et specifikt, særligt interessant historisk tidspunkt. Det vil være interessant at tage fat i samme problemstilling et tiår senere for at afdække, om man kan se en udvikling i mediernes rolle for den globale og lokale orientering, og følgelig i holdningerne til global og lokal identitet. Især vil det ud fra et medieforskningsspektiv være interessant at se, om den medieudvikling, der for alvor tog fart omkring årtusindeskiftet, har medført forandringer. Betyder en stadig mere omfattende, dynamisk og interaktiv adgang til information – såvel fakta som fiktion – omkring lokale og globale forhold, at unge danskere orienterer sig mere globalt og er mere interesserede i andre kulturer og globale perspektiver? I hvor høj grad fungerer de medierede indtryk fra verden fortsat som afsæt for lokal forankring? Og betyder de potentielt globale online kommunikationsmuligheder, blandt andet i form af sociale netværkssider og kanaler som Skype, at unge danskere i højere grad interagerer med andre i globalt udstrakte relationer? Eller har såvel digitale kommunikationsmuligheder fortsat primært betydning som kanaler for interaktion mellem lokalt forankrede nære relationer? Eller er der tale om mere af det hele?



Figur 43. Jacob, 6. klasse. Nogle gange kan verden passe sig selv

LITTERATURLISTE

- Alasuutari, Pertti** (1999) "Introduction. Three Phases of Reception Studies", pp 1-21 in Pertti Alasuutari (red.) *Rethinking the Media audience*. London: Sage.
- Amná, Erik, Ingrid Munck and Pär Zetterberg** (2004): *Meaningful Participation? Political Efficacy of Adolescents in 24 Countries*. Young Citizens Program, Centre for Public Sector Research, Göteborg University, Sweden.
- Andersen, Benedict** (1991, 1. ed. 1983): *Imagined Communities. Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London: Verso.
- Andersen, Robin** (red.)(2000): *Critical Studies in Media Commercialism*, 'Introduction'. Oxford: Oxford University Press.
- Ang, Ien** (1996): *Living Room Wars. Rethinking Media Audiences for a Postmodern World*. London and NY: Routledge.
- Appadurai, Arjun** (1996): *Modernity at Large. Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis and London: University of Minnesota Press.
- Arvidsson, Adam** (2006): *Brands: Meaning and Value in Media Culture*. London: Routledge.
- Barker, Chris & Julie Andre** (1996): "Did you see? Soaps, teenage talks and gendered identity", pp. 21-38 in Young 4:4 1996.
- Barker, Chris** (1999): *Television, Globalization and Cultural Identities*. Buckingham: Open University Press.
- Bauman, Zygmunt** (2000): *Liquid Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Bauman, Zygmunt** (2003): *Liquid Love*. Cambridge: Polity Press.
- Baym, Nancy** (2000): *Tune In, Log On: Soaps, Fandom, and Online Community*, Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Beck, Ulrich** (1986/1992): *Risk Society. Towards a New Modernity*. London: Sage.
- Bennett, Andy** (2000): *Popular Music and Youth Culture. Music, Identity and Place*. London: Macmillan Press Ltd.
- Bille, Trine** m.fl. (2005): *Danskernes kultur- og fritidsaktiviteter 2004 – med udviklingslinjer tilbage til 1964*. København, AKF Forlaget.
- Billig, Michael** (1995): *Banal Nationalism*, London: Sage
- Bjurström, Erling** (1997): *Högt & lågt. Smak och stil i ungdomskulturen*. Umeå: Borea.
- Boëthius, Ulf** (1995): *Youth, the Media and Moral Panics*, in Johan Fornäs og Göran Bolin (red.) *Youth Culture in Late Modernity*, London: Sage.
- Bolin, Göran** (1995): "En form av television. Globaliseringen av nationell TV-kultur, pp. 38-49 in *MedieKultur* nr.39.
- Bondebjerg, Ib** (1991): "Dansk tv-fiktion: indenfor rammen og udenfor", i Jens F. Jensen (red.): *Analyser af tv & tv-kultur*. København: Medusa.
- Bourdieu, Pierre** (1984): *Distinction. A Social Critique of the Judgement of taste*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Bruun, Hanne** (2003): "Global Genre and the Complexity of Proximity", in Stig Hjarvard (ed.): *Media in a Globalized Society*. København: Museum Tusulanum.
- Buckingham, David** (1993): *Reading Audiences. Young People and the Media*. Manchester: Manchester University Press.
- Buckingham, David** (1996): *Moving Images. Understanding Children's Emotional Responses to Television*, Manchester: Manchester University Press.
- Buckingham, David** (2000): *After the Death of Childhood: Growing up in the Age of Electronic Media*. Cambridge: Polity Press.

- Buckingham, David** (2005): *The Media Literacy of Children and Young People. A review of the Research Literature*. Centre for the Study of Children, Youth and Media Institute of Education, University of London.
[http://www.aeforum.org/aeforum.nsf/0/f49f4f9ae98cdc9b80256fb70060b61c/\\$FILE/DB05medialiteracyOfcom.pdf](http://www.aeforum.org/aeforum.nsf/0/f49f4f9ae98cdc9b80256fb70060b61c/$FILE/DB05medialiteracyOfcom.pdf) (Senest tilgået 28.02.2009).
- Buckingham, David** (2008): "Introducing Identity", in David Buckingham (ed.): *Youth, Identity and Digital Media*. New York: The MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning. Boston: MIT Press.
- Castells, Manuel** (1997): *The Power of Identity*. Malden, Maas.: Blackwell Publishers.
- Castells, Manuel** (1998): *The End of Millenium*. Malden, Maas.: Blackwell Publishers.
- Castells et al.** (2007): *Mobile Communication and Society. A Global Perspective*. Cambridge: MIT Press.
- Chisholm, Lynne** (1995): "European Youth Research: Tour de Force or Turmbau zu Babel", in Lynne Chisholm et al. (red.) *Growing Up in Europe. Contemporary Horizons in Childhood and Youth Studies*. Berlin: Walter de Gruyter & Co.
- Christensen, Christa Lykke** (red)(1999): *Børn, Unge, Medier*. Göteborg: Nordicom.
- Christensen, Christa Lykke** (2000): "Min bedste film: om unges filmoplevelser", pp.44-56 in særnummer af *MedieKultur*. Århus: Sammenslutningen af Medieforskere i Danmark.
- Chrystal, David** (2001): *Language and the Internet*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Cieslik, Mark and Gary Pollock** (2002): *Young People in Risk Society*. Aldershot: Ashgate.
- Csikszentmihalyi, Mihaly og Reed Larson** (1984): *Being adolescent: Conflict and growth in the teenage years*. New York: Basic Books
- Curry, Michael R.** (2002): "Discursive Displacement and the Seminal Ambiguity of Space and Place". In Leah Lievrouw and Sonia Livingstone (eds.): *The Handbook of New Media*. London: Sage.
- Dahl, Henrik** (1997): *Hvis din nabo var en bil*. København: Akademisk Forlag.
- Danmarks Statistik** (2000): *Nyt fra Danmarks Statistik nr. 86*.
<http://www.dst.dk/pukora/epub/Nyt/2000/NR86.pdf> (senest tilgået 04.04.2009)
- De Mooij, Marieke** (1998): *Global Marketing and Advertising*, pp.1-41. Thousand Oaks/ Californien: Sage.
- Deacon, David, M. Pickering, P. Golding, G. Murdoch** (1999) *Researching Communications. A Practical Guide to Methods in Media and Cultural analysis*. London: Arnold.
- Dencik, Lars** (1995): "Modern Childhood in the Nordic Countries: 'Dual Socialisation' and its Implications", in Lynne Chisholm et al. (red.) *Growing Up in Europe. Contemporary Horizons in Childhood and Youth Studies*. Berlin: Walter de Gruyter & Co.
- Desforges, Luke** (1998): "Checking out the planet': Global Representations/Local Identities and Youth Travel", in Tracy Skelton og Gill Valentine (eds.) *Cool Places: Geographies of Youth Cultures*. London and New York: Routledge.
- Drotner, Kirsten** (1992): "Modernity and media panics", in Michael Skovmand og Kim Schrøder (eds.) *Media Cultures. Reappraising Transnational Media*, New York and London: Routledge.
- Drotner, Kirsten** (1993): "Medieetnografiske problemstillinger - en oversigt", pp. 5-22 in *MedieKultur* 21.
- Drotner, Kirsten** (1996): "Cross-over Culture and Cultural Identities". In *Young. Nordic Journal of Youth Research*, nr.1, 1996.
- Drotner, Kirsten** (1999): *Unge, medier og modernitet*. København: Borgen/Medier.
- Drotner, Kirsten** (2001): "Global Media Through Youthful Eyes", pp.283-305 in Sonia Livingstone og Moira Bovill (red.): *Children and Their Changing Media Environment: a Euro-*

- pean Comparative Study'. London: Lawrence Erlbaum.
- Drotner, Kirsten** (2001b): *Medier for fremtiden. Børn, unge og det nye medielandskab*. København: Høst & Søn.
- Elias, Norbert** (1991): *The Society of Individuals*, redigeret af Michael Schröter. Cambridge, Mass.: Basil Blackwell.
- Epstein, Jonathan S.** (1998): *Youth Culture: Identity in a Postmodern World*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Erikson, Erik** (1968): *Identity, Youth and Crisis*. London: Faber & Faber.
- Featherstone, Mike** (1991): *Consumer Culture & Postmodernism*. London, Thousand Oaks and New Delhi: Sage.
- Featherstone, Mike** (ed.) (1992): *Global Culture. Nationalism, Globalization and Modernity*. London: Sage.
- Fornäs, Johan** (1995a): "Youth, Culture and Modernity", in Johan Fornäs og Göran Bolin (red.) *Youth Culture in Late Modernity*,. London: Sage.
- Fornäs, Johan** (1995b): *Cultural Theory & Late Modernity*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.
- Freire, Paulo.** *Pedagogy of the oppressed*. New rev. 20th-Anniversary ed.. New York: Continuum, 1993. opr. 1970.
- Fridberg, Torben et al.** (1997): *Mønstre i mangfoldigheden*, København, Borgen/Medier.
- Friedman, Jonathan** (2002): "Globalisation and the Making of a Global Imaginary", in Stald og Tufte (eds.): *Global Encounters: Media and Cultural Transformation*. Luton: University of Luton Press.
- Frith, Simon** (1996): "Music and Identity", pp.108-127 in Stuart Hall & Paul du Gay (eds.): *Questions of Cultural Identity*. Thousand Oaks/California: Sage.
- Geertz, Clifford** (1973): "Thick Description: Toward an Interpretive Theory of Culture". Pp. 3-30 in *The Interpretation of Cultures: Selected Essays*. New York: Basic Books.
- Giddens, Anthony** (1990): *The Consequences of Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Giddens, Anthony** (1991): *Modernity and Self-Identity. Self and Society in the Late Modern Age*. Stanford: Stanford University Press.
- Giddens, Anthony** (1993): *The Transformation of Intimacy: Sexuality, Love and Eroticism in modern Societies*. Cambridge: Polity Press.
- Giddens, Anthony** (1999): *Runaway World. How Globalisation is Reshaping our Lives*. London: Profile Books.
- Gillard, Patricia, Karen Wale and Amanda Bow** (1998): "The Friendly Phone", in Sue Howard (red.) *Wired up. Young People and the Electronic Media*. London: UCL Press.
- Gillis, John** (1993): "Vanishing youth: the uncertain place of the young in a global age". In *Young*. Nordic Journal of Youth Research, nr.1, 1993.
- Goffman, Ervin** (1963): *Behavior in Public Places*. New York, The Free Press.
- Goffman, Ervin** (1990): *The Presentation of Self in Everyday Life*. London: Penguin Books.
- Gotved, Stine** (1999): *Cybersociologi. Det samme på en anden måde*. Ph.d.-afhandling. Sociologisk Institut, Københavns Universitet.
- Granovetter, Mark** (2001): "The strength of weak ties: A network theory revisited. In *Sociological Theory*", Vol. 1, 2001-233.
- Gripsrud, Jostein** (2002): *Understanding Media Culture*. London and New York: Arnold.

- Grossberg, Lawrence** (2000): "Placing audiences: Theory and the Geography of Everyday Life", foredrag, ph.d.-kursus *Media Audiences: Qualitative Audience Research at the Crossroads?* Fuglsøcentret, 9.-14. maj 2000.
- Gundelach, Peter** (2001): "National identitet i en globaliseringstid", *Dansk Sociologi*, vol.12, no.1, pp.64-80.
- Gundelach, Peter** (2002): *Det er dansk*. København: Hans Reitzels Forlag.
- Hake, Karin** (1999) "Barneperspektivet - en forskningsstrategi", in Christa Lykke Christensen (red.) *Børn, Unge og medier*. Göteborg: Nordicom.
- Hall, Stuart, David Held og Tony McGrew** (1992)(eds.): *Modernity and its Futures*. Cambridge: Polity Press.
- Hall, Stuart og Paul du Gay** (eds.): *Questions of Cultural Identity*. Thousand Oaks/California: Sage.
- Hannerz, Ulf** (1990): "Cosmopolitans and Locals in World Culture', pp. 237-251 in Mike Featherstone (red.) *Global Culture. Nationalism, Globalization and Modernity*. London: Sage.
- Hannerz, Ulf** (1996): *Transnational Connections*. London: Routledge.
- Hebdige, Dick** (1991, 1.ed. 1979): *Subculture: the Meaning of Style*. London: Routledge.
- Held, David, Anthony McGrew, David Goldblatt, Jonathan Perraton** (1999): *Global Transformations: Politics, Economics and Culture*. Cambridge: Polity Press.
- Helles, Rasmus** (2005): *Netmasker. Et empirisk studie af internetmedieret gruppekommunikation i kontekst*. Upubl. speciale afhandling, Københavns Universitet.
- Himmelweit, H.T., A.N.Oppenheim & P.Vince** (1958): *Television and the Child: an empirical study of the effect of television on the young*. London and New York: Oxford University Press.
- Hjarvard, Stig** (1995): *Internationale TV-nyheder*. København: akademisk Forlag.
- Hjarvard, Stig** (1996): *Grænseløse medier - nye sociale fællesskaber?* København: Statsministeriets Medieudvalg.
- Hjarvard, Stig** (1997): "Simulerede samtaler. Om forholdet mellem interpersonel kommunikation og medieformidlet kommunikation", in *MedieKultur* nr.26. København: SMID.
- Hjarvard, Stig** (1997): "Forholdet mellem kvantitative og kvalitative metoder i medieforskningen". *Norsk Medietidsskrift* no. 2, 1997.
- Hjarvard, Stig** (2001) (red.) *News in a Globalized Society*. Göteborg: Nordicom.
- Hjarvard, Stig** (2002): "Mediated Encounters. An Essay on the role of Communication Media for the Creation of Trust in the 'Global Metropolis'". in Stald og Tufte (eds.): *Global Encounters: Media and Cultural Transformation*. Luton: University of Luton Press.
- Hjarvard, Stig** (2003)(ed.): *Media in a Globalized Society*. København: Museum Tusulanum.
- Hjarvard, Stig** (2003b): "Globale medier", pp. 29-45 i Klaus Bruhn Jensen (red.): *Dansk Mediehistorie bd. 4*. Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Hjarvard, Stig** (2004): "Globaliseringen af sproget. Om mediernes rolle i udbredelsen af engelsk og fremkomsten af medialekter", pp.75-97 in *Nordicom Information* vol. 28. no.2.
- Hodge, Bob and David Tripp** (1986): *Children and Television*, Cambridge: Polity Press.
- Höijer, Birgitta** (1990): "Reliability, Validity and Generalizability: Three Questions for Qualitative Reception Research", pp. 15-20 in *The Nordicom Review*, 1.
- Höijer, Birgitta** (1999) "To be an audience", pp.179-194 in Pertti alasuutari (red.) *Rethinking the Media Audience*. London: Sage.
- Holm Sørensen, Birgitte og Birgitte R. Olesen** (eds.)(2000): *Børn i en digital kultur. Forskningsperspektiver*. København: Gads Forlag.
- Holm Sørensen, Birgitte, Birgitte R. Olesen, Lone Audon** (2000): "Legekultur på chatkanalerne", in Birgitte Holm Sørensen og Birgitte R. Olesen (red.) *Børn i en digital kultur*.

Forskningsperspektiver. København: Gads Forlag.

- Ihlemann, Lisbeth** (1997): "Fans, fans, fans ...: Boy bands, pigedrømme og kulturel degradering", in Kirsten Drotner (red.): *Tankestreger. Nye medier, andre unge*. København: Borgen/Medier.
- It- og Telestyrelsen**: Halvårsrapporter om telestatistik. Findes på:
<http://www.itst.dk/statistik/Telestatistik/halvarsstatistik> (senest tilgået 14.03.2009)
- Jameson, Fredric** (2002): *A Singular Modernity. Essays on the Ontology of the Present*. London & New York: Verso.
- Jankowski, Nicholas W. og Fred Wester** (1991): "The qualitative tradition in social science inquiry: contributions to mass communication research", in Klaus Bruhn Jensen og Nicholas W. Jankowski (red.) *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*. London: Routledge
- Jensen, Klaus Bruhn** (1995): *The Social Semiotics of Mass Communication*. London: Sage.
- Jensen, Klaus Bruhn** (1997(red.)): *Dansk Mediehistorie Bind 2. 1880-1960*. København: Samlerens Forlag.
- Jensen, Klaus Bruhn** (1997(red.)): *Dansk Mediehistorie Bind 3. 1960-1995*. København: Samlerens Forlag.
- Jensen, Klaus Bruhn** (1998): *News of the World. World cultures look at television news*. London: Routledge.
- Jensen, Klaus Bruhn** (2000): "We Have Always Been Virtual". Working Paper no. 4, Global Media Cultures, research program, University of Copenhagen.
- Jensen, Klaus Bruhn** (2003(red.)): *Dansk Mediehistorie Bind 4. 1995-2003*. København: Forlaget Samfundslitteratur.
- Jensen, Klaus Bruhn** (2002) (red.): *A Handbook of Media and Communication Research*, London: Routledge.
- Jensen, Klaus Bruhn og N. W. Jankowski** (1991) (red.): *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*. London: Routledge.
- Jerslev, Anne** (1999): *Det er bare film. Unges videofællesskaber og vold på film*. København: Gyldendal.
- Jerslev, Anne** (2003): *Vi ses på TV – medier og intimitet*. København: Gyldendal.
- Johansson, Thomas og Fredrik Miegel** (1992): *Do the right thing. Lifestyle and Identity in Contemporary Youth Culture*. Lund: Lunds Universitet.
- Jones, Steven G.** (ed.)(1998): *Cybersociety 2.0. Revisiting Computer-Mediated Communication and Community*. London: Sage.
- Katz, Elihu og Tamar Liebes** (1990): *The Export of Meaning. Cross-cultural readings of Dallas*. Oxford: Oxford University Press.
- Katz, James E. og M.A. Aakhus** (2002) (eds.): *Perpetual Contact. Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kerr, Aphra og Roddy Flynn** (2003): "Revisiting Globalisation Through the Movie and Digital Games Industries", pp. 92-113 in *Convergence* vol.9, no.1.
- Kinder, Marsha** (red.)(1999): *Kid's Media Culture*. Durham & London: Duke University Press.
- Kjeldgaard, Dannie** (2000): "Youth Culture – Globalization through Consumption". Paper presented to the 9th EDAMBA Summer School, Chateau de Bonas, July 2000.
- Kjeldgaard, Dannie** (2001): "Consumption Practice in the Everyday Life of Young Danes – Navigating Local Landscapes of Global Symbols". Paper presented to *Youth Marketing Reaches Forty*. Kingston University, 17 May 2001.
- Kline, Stephen** (1993): *Out of the Garden. Toys, TV and Children's Culture in the Age of*

- Marketing*. New York: Verso.
- Kolko, Beth, Lisa Nakamura, Gilbert Rodman** (red.)(2000): *Race in Cyberspace*. New York & London: Routledge.
- Kvale, Steinar** (1997): *Interview: En introduktion til det kvalitative forskningsinterview*. København: Hans Reitzels Forlag.
- Kvale, Steinar** (red.) (1989): *Issues of Validity in Qualitative Research*. Lund: Studentlitteratur.
- Larsen, Peter** (2002): "Mediated fiction", kapitel 7 in Klaus Bruhn Jensen (red.): *A Handbook of Media and Communication Research*, London: Routledge.
- Lash, Scott og Jonathan Friedman** (red.)(1992): *Modernity and Identity*, Oxford: Blackwell.
- Laursen, Ditte** (2005): *Det mobile samtalerum – unges kommunikations- og samværformer via mobiltelefonen*. Ph.D. afhandling, Syddansk Universitet.
- Lebéus, Angelika-Martina** (2002): *Når børn tegner – børnebilleder og hvad de fortæller*. København: Gyldendal.
- Lemish, Dafna** et al (1998): "Global Culture in Practice: A Look at Children and Adolescents in Denmark, France and Israel", pp. 539-556 in *European Journal of Communication*, vol.13, no.4.
- Lievrouw, Leah og Sonia Livingstone** (2002) (eds.): *The Handbook of New Media*. London: Sage.
- Ling, Rich** (2004): *The Mobile Connection. The Cell Phone's Impact on Society*. San Francisco: Morgan Kaufmann.
- Ling, Rich** (2008): *New Tech, New Ties. How Mobile Communication is reshaping social cohesion*. Cambridge: MIT Press.
- Livingstone, Sonia** (1998) "Mediated Childhoods: a Comparative approach to Young People's Changing Media Environment in Europe", pp. 435-456 in *European Journal of Communication*, Special Issue: *Young People and the Changing Media Environment in Europe*, 1998, vol. 13, nr.4.
- Livingstone, Sonia** (1998)(red.): *Young People and the Changing Media Environment*. Special Issue, *European Journal of Communication*, vol.13, nr. 4, dec.1998. London: Sage.
- Livingstone, Sonia** (2002): *Young People and New Media*. London: Sage.
- Livingstone, Sonia og Dafna Lemish** (2001): "Doing Comparative Research with Children and Young People", pp.31-50 in Sonia Livingstone og Moira Bovill (red.): *Children and Their Changing Media Environment: a European Comparative Study*. London: Lawrence Erlbaum.
- Livingstone, Sonia og Moira Bovill** (2001) (red.): *Children and Their Changing Media Environment: a European Comparative Study*. London: Lawrence Erlbaum.
- Lockard, Joe** (2001): "Babel Machines and Electronic Universalism", in Beth Kolko, Lisa Nakamura, Gilbert B. Rodman (eds.): *Race in Cyberspace*. New York and London: Routledge.
- Lull, James** (2000, 1st ed. 1995) *Media, Communication, Culture: a Global Approach*. Cambridge: Polity Press.
- Lull, James** (1st ed. 1995) *Media, Communication, Culture: a Global Approach*. Cambridge: Polity Press.
- Lull, James** (red.) (1992, 2nd ed.): *Popular Music and Communication*. Newbury Park, CA: Sage.
- Lury, Celia** (1996): *Consumer Culture*. Cambridge: Polity Press.
- Manovich, Lev** (2001): *The Language of New Media*. Boston: MIT Press.
- McLuhan, Marshal og Bruce R. Powers** (1989): *The Global Village*. New York: Oxford Uni-

- versity Press.
- McLuhan, Marshall** (1994, opr. 1964): *Understanding Media. The Extensions of Man*. Massachusetts: MIT Press.
- McQuail, Denis** (2000, 4th d.): *McQuail's Mass Communication Theory*. London: Sage.
- Mead, George Herbert** (1962, opr. 1934): *Mind, Self, & Society*. Redigeret af Charles W. Morris. Chicago: University of Chicago Press.
- Medierådet for børn og unge og Zapera A/S** (2007): *Forældreundersøgelsen*. http://andk.medieraadet.dk/upload/medieraadet_20042007_endelig_version.pdf (senest tilgået 28.02.2009).
- Meyrowitz, Joshua** (1985): *No Sense of Place. The Impact of Electronic Media on Social Behavior*. Oxford: Oxford University Press.
- Wendy Mitchell, Robin Bunton, and Eileen Green** (eds)(2004): *Young People, Risk and Leisure: Constructing Identities in Everyday Life*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Moran, Albert** (1998): *Copycat TV. Globalisation, Program Formats and Cultural Identity*. Luton: University of Luton Press.
- Morley, David** (1992): *Television, Audiences and Cultural Studies*. London: Routledge.
- Morley, David** (1999): "To Boldly Go....' The Third Generation of Reception Studies", in Pertti Alasuutari (red.) *Rethinking the Media audience*. London: Sage.
- Morley, David** (2000): *Home Territories. Media, Identity and Mobility*. Ohio: Routledge.
- Morley, David og Kevin Robins** (1995): *Spaces of Identity. Global Media, Electronic Landscapes and Cultural Boundaries*. London: Routledge.
- Morley, David og Roger Silverstone** (1991) "Communication and context: ethnographic perspectives on the media audience", in Klaus Bruhn Jensen og Nicholas W.Jankowski (red.) *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*. London: Routledge
- Morrison, David E.** (1998) *The Search for a Method: Focus Groups and the Development of Mass Communication Research*. Luton: University of Luton Press
- Nakamura, Lisa** (2000) "'Where do you want to go today?' Cybernetic Tourism, the Internet and Transnationality", in Beth Kolko, Lisa Nakamura, Gilbert Rodman (red.) *Race in Cyberspace*. New York & London: Routledge.
- Nyíri, Kristóf** (2005): *Seeing, Understanding, Learning in the Mobile Age*. Conference proceedings. Budapest. The Institute for Philosophical Research, Hungarian Academy of Sciences and T-Mobile.
- Papert, Seymour** (1993): *The connected Family. Bridging the Digital Generation Gap*. Atlanta, Georgia: Longstreet Press.
- Payne, Malcolm** (2005): *Teorier i socialt arbejde*. København: Hans Reitzels Forlag.
- Pool, Ithiel de Sola** (1977): "Introduction." In *The Social Impact of the Telephone*. ed. Ithiel de Sola Pool. Cambridge/Massachusetts og London: MIT Press.
- Postman, Neil** (1982): *The Disappearance of Childhood*. New York: Delacorte Press.
- Povlsen, Karen Klitgaard** (1996): "Global teen soaps go local: Beverly Hills 90210 in Denmark", pp. 3-20 in Young 4:4.
- Povlsen, Karen Klitgaard** (1999): *Beverly Hills 90210 - soaps, ironi og danske unge*. Århus: Klim.
- Preisler, Bent** (1999): *Danskerne og det engelske sprog*. Roskilde Universitetsforlag.
- Putnam, Robert D.** (2000): *Bowling Alone. The Collapse and Revival of American Community*. NY: Simon & Schuster Paperbacks.

- Qvortrup, Jens** (1995): "Childhood in Europe: a New Field of Social Research", in Lynne Chisholm et al. (red.) *Growing Up in Europe. Contemporary Horizons in Childhood and Youth Studies*. Berlin: Walter de Gruyter & Co.
- Radway, Janice** (1988): 'Reception Study: ethnography and the problems of dispersed audiences and nomadic subjects', pp.359-76 in *Cultural Studies* 2,3.
- Rantanen, Terhi** (2005): *The Media and Globalisation*, London: Sage.
- Ritzer, George** (1996): *The MacDonaldisation of Society*. Thousand Oaks, California: Pine Forge Press.
- Ritzer, George** (2004): *The Globalization of Nothing*. Thousand Oaks, California: Pine Forge Press.
- Robbins, Kevin** (1995): "Cyberspace and the World We Live in", pp.135-156 in Mike Featherstone & Roger Burrows *Cyberspace, Cyberbodies, Cyberpunk. Cultures of Technological Embodiment*. London: Sage.
- Robertson, Roland** (1990): "Mapping the Global Condition.: Globalization as the Central Concept". In Mike Featherstone (ed.): *Global Culture. Nationalism, Globalization and Modernity*. London: Sage.
- Robertson, Roland** (1992): *Globalization: Social Theory and Global Culture*. London: Sage.
- Robertson, Roland** (2001): "Globalization Theory 2000+: Major Problematics", pp.458-71 in Georg Ritzer & Barry Smart (eds.): *Handbook of Social Theory*. London: Sage.
- Rogers, E.M.** (1983, opr. 1962): *Diffusion of Innovations*. New York: The Free Press.
- Rosted, Jørgen** (2003): *Tre former for innovation*. Økonomi- og Erhvervsministeriets enhed for erhvervsøkonomisk forskning og analyse.
http://www.foranet.dk/upload/kilder_til_innovation.pdf. (Senest tilgået 28.02.2009)
- SAFT (Safety, Awareness, Facts and Tools)** (2006): *Forældreundersøgelsen*. Medierådet: http://saft.medieraadet.dk/upload/saft_parentstudy.pdf (senest tilgået 28.02.2009).
- Schrøder, Kim Christian** (1999) "The Best of Two Worlds? Media audience Research between Rival Paradigms", pp. 38-68 in Pertti alasuutari (red.) *Rethinking the Media audience*. London: Sage.
- Schrøder, Kim Christian** (2002): "Discourses of fact", kapitel 7 in Klaus Bruhn Jensen (red.): *A Handbook of Media and Communication Research*, London: Routledge.
- Schrøder, Kim Christian** (2004): "Mapping European Identities: A Quantitative Approach to the Qualitative Study of National and Supranational Identities", in Ib Bondebjerg og Peter Golding: *European Culture and the Media*. Bristol: Intellect.
- Schudson, Michael** (1996): *The Power of News*. Boston: Harvard University Press.
- Sefton-Green, Julian** (red.)(1998): *Digital Diversions. Youth Culture in the age of Multimedia*. London: UCL Press.
- Silverman, David** (1993) *Interpreting Qualitative Data: Methods for analysing Talk, Text and Interaction*. London: Sage.
- Silverstone, Roger** (1994): *Television and Everyday Life*. London: Routledge.
- Skelton, Tracy og Gill Valentine** (eds.)(1998): *Cool Places: Geographies of Youth Cultures*. London and New York: Routledge.
- Skårhøj, Rie & Østergaard, Søren** (2005): *Generation Happy - en profiltegning af danske teenagere anno 2005*. København, forlaget Unitas
- Slater, Don** (1997): *Consumer Culture & Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Slater, Don** (2002): "Social Relationships and Identity Online and Offline", in Lievrouw and Livingstone (2002) (eds.): *The Handbook of New Media*. London: Sage.
- Sreberny-Mohammedi, Annabelle et al.** (1997)(eds.): *Media in a Global Context. A reader*.

- London: Arnold.
- Stald, Gitte** (1997): *Børn og unge foran skærmen*. Rapport. København: Center for Børne- og Ungdomsmedier, Københavns Universitet.
- Stald, Gitte** (1998): "Living with Computers. Young Danes' Uses of and Thoughts on the Uses of Computers", in Sekvens 1998. Københavns Universitet: Institut for Film & Medievidenskab.
- Stald, Gitte** (2000): "Telefonitis. Unge danskeres brug af telefonen i IT-tidsalderen", pp.4-22 in Kirsten Drotner (red.), særnummer af *MedieKultur* nr.31. Aarhus: Sammenslutningen af Medieforskere i Danmark.
- Stald, Gitte** (2000b): "Outlook and Insight: Young Danes' Uses of the Internet, Navigating Global Seas and Local Waters". in Andrea Kavanaugh & Joseph Turow (eds.) *The Wired Homestead*. Boston: MIT-Press.
- Stald, Gitte** (2002): "The World is Quite Enough: Young Danes, Media and Identity in the Crossfield between the Global and the Local", in Gitte Stald og Thomas Tufte (red.), *Global Encounters - Media and Cultural Transformation*. Luton: Univ. of Luton Press.
- Stald, Gitte** (2002b): "'More Research Needs to be Done'. Problems and Perspectives in Research on Children's Use of Interactive Media", pp.47-56 in *Nordicom News*, Gothenburg: Nordicom.
- Stald, Gitte** (2004): "International Co-operation in Research: Children and their Changing Media Environments", in Mike Grosse-Loheide & Uwe Hasebrink (eds.): *Netzwerke für die Informationsgesellschaft*. Bielefeld: GMK. Engelsksproget.
- Stald, Gitte** (2005): "Træfsikre mødesteder. Sociale og kulturelle møder i og omkring online multiplayer computerspil", in Bo Kampmann Walther og Carsten Jessen (red.): *Spillets verden. En bog om computerspil*. København: DPU's Forlag
- Stald, Gitte** (2007): "Mobile Monitoring. Aspects of risk and surveillance and questions of democratic perspectives in young people's uses of mobile phones", in Peter Dahlgren (ed.) *Young Citizens and New Media: Strategies of Learning for Democratic Engagement*. London: Routledge.
- Stald, Gitte** (2008): "Mobile Identity: Young Danes, identity, and mobile communication media", in David Buckingham (ed.): *Identity and Digital Media*. New York: The MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning. Boston: MIT Press.
- Stald, Gitte og Kirsten Drotner** (1999) (red.): *Børne og Ungdomsmedier*. Temanummer af *MedieKultur* 29:1999.
- Stald, Gitte og Thomas Tufte** (2002) (eds.): *Global Encounters: Media and Cultural Transformation*. Luton: University of Luton Press.
- Stald, Gitte & Christian Ø. Madsen** (2005)(eds.): *Mobile medier – mobile unge*, Report I/2005, Film & Media Studies, University of Copenhagen.
- Søndergaard, Henrik** (2003): "Globalization and National Identity in Danish Television: the Return of the Nation", in Hjarvard, Stig (2003)(ed.): *Media in a Globalized Society*. København: Museum Tusulanum.
- Sørensen, Anne Scott** (1992): *Kønnets Kultur - om unge og ungdom*. Tidsskrift for Børne- & Ungdomskultur nr.23 1992. Aarhus: Børne- og UngdomskulturSammenslutningen.
- Sørensen, Anne Scott** (2002): "Køn, alder og andre forskelle i det senmoderne", kap.1 i Anne Scott Sørensen (red.) *Pi'r, pink og power*. København: Gads Forlag.
- Tapscott, Don** (1998): *Growing Up Digital. The Rise of the Net Generation*. New York: McGraw-Hill.
- Telestyrelsen**, løbende: Halvårsrapporter for telestatistik og Årsrapporter.
<http://www.telestyrelsen.dk/wimpdoc.asp?page=tema&objno=95024114>
<http://www.itst.dk/wimpdoc.asp?page=tema&objno=172659102>
- Thompson, John B.** (1990): *Ideology and Modern Culture*. Cambridge: Polity Press.

- Thompson, John B.** (1995): *The Media and Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Thornton, Sarah** (1995): *Club Cultures. Music, Media and Subcultural Capital*. Cambridge: Polity Press.
- Tomlinson, John** (1991): *Cultural Imperialism*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
- Tomlinson, John** (1999) *Globalization and Culture*. Cambridge: Polity Press.
- Tufte, Birgitte et al** (2005)(eds.): *Frontrunners or Copycats?* Holbæk: Copenhagen Business School Press.
- Tufte, Birgitte** (2007): *Børn, medier og marked*. Frederiksberg: Forlaget Samfundslitteratur.
- Tønnesen, Elise S.** (1999): *Barns møte med tv*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Warschauer, Mark** (2000): "Language, Identity and the Internet", in Beth Kolko, Lisa Nakamura, Gilbert Rodman (eds.) *Race in Cyberspace*. New York & London: Routledge.
- Waters, Malcolm** (1995): *Globalization*. London: Routledge.
- Wellman, Barry & Milena Gulia** (1999): "Netsurfers don't ride alone: Virtual Communities as Communities", in Barry Wellman (red.) *Networks in the Global Village*. Boulder: Westview Press.
- Wellman, Barry** (red.)(1999): *Networks in the Global Village*. Boulder: Westview Press.
- Ziehe, Thomas** (1975): *Pubertät und Narzissmus*. Frankfurt am Main: Europäischer Verlagsanstalt.
- Ziehe, Thomas** (1989): *Ambivalenser og mangfoldighed*, Johan Fornäs og Elo Nielsen (red.) København: Forlaget Politisk Revy.
- Ziehe, Thomas** (1989b): *Kulturanalyser. Ungdom, utbildning, modernitet*. Redigeret af Johann Fornäs og Joachim Retslaff. Stockholm/Stehag:Symposium (refereret i Bjurstrøm 1997 og Scott Sørensen 2002)
- Ziehe, Thomas og Herbert Stubenrauch** (1982): *Plädoyer für Ungewöhnliches Lernen. Ideen zur Jugendsituation*. Hamburg: Rowohlt.
- Zinnecker, Jürgen** (1995): "The Cultural Modernisation of Childhood", in Lynne Chisholm et al. (eds.): *Growing Up in Europe. Contemporary Horizons in Childhood and Youth Studies*. Berlin: Walter de Gruyter & Co.